



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**A REPRESENTAÇÃO DA FIGURA PÓS-FEMINISTA EM LIVROS DE
AUTOAJUDA :**

**UM ESTUDO DE CASO DOS LIVROS “POR QUE OS HOMENS SE CASAM COM
AS MANIPULADORAS” E “POR QUE OS HOMENS AMAM AS MULHERES
PODEROSAS?”**

Lívia Fontana de Freitas Coutinho

Rio de Janeiro/ RJ
2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**A REPRESENTAÇÃO DA FIGURA PÓS-FEMINISTA EM LIVROS DE
AUTOAJUDA :**

**UM ESTUDO DE CASO DOS LIVROS “POR QUE OS HOMENS SE CASAM COM
AS MANIPULADORAS” E “POR QUE OS HOMENS AMAM AS MULHERES
PODEROSAS?”**

Lívia Fontana de Freitas Coutinho

Monografia de graduação apresentada à
Escola de Comunicação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social, Habilitação em
Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Dr^a Beatriz Jaguaribe

Rio de Janeiro/ RJ

2011

**A REPRESENTAÇÃO DA FIGURA PÓS-FEMINISTA EM LIVROS DE
AUTOAJUDA :**

**UM ESTUDO DE CASO DOS LIVROS “POR QUE OS HOMENS SE CASAM COM
AS MANIPULADORAS” E “POR QUE OS HOMENS AMAM AS MULHERES
PODEROSAS?”**

Lívia Fontana de Freitas Coutinho

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovada por

Prof^ª. Dr^ª Beatriz Jaguaribe de Mattos

Prof^ª. Dr^ª Ilana Strozenberg

Prof. Dr. Luiz Solon Gonçalves Gallotti

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/ RJ
2011

COUTINHO, Livia Fontana de Freitas.

A representação da figura pós-feminista em livros de autoajuda: um estudo de caso dos livros “Por que os Homens se casam com as Manipuladoras” e “Por que os homens amam as Mulheres Poderosas?”/ Livia Fontana de Freitas Coutinho – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2011.

127 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2011.

Orientação: Prof^a Dr^a Beatriz Jaguaribe

1. Autoajuda. 2. Pós-Feminismo. 3. Mulheres. 4. Relacionamentos.

I. JAGUARIBE, Beatriz (orientadora) II. ECO/UFRJ III. A representação da figura pós-feminista em livros de autoajuda: um estudo de caso dos livros “Por que os Homens se casam com as Manipuladoras” e “Por que os homens amam as Mulheres Poderosas?”.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todas as mulheres que já tiveram seus corações partidos e souberam se reerguer, com ou sem um livro de auto-ajuda.

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo, agradeço à minha mãe, Vera, e minha irmã, Bia, por todo o carinho e os ensinamentos de cada dia;

À minha querida Tia Ortência, por todo o apoio e por sempre acreditar que eu sou capaz;

Às 16 mulheres que responderam à minha pesquisa, pela paciência e solidariedade. Sem elas, este trabalho não seria possível;

À minha orientadora, Prof^a Dr^a Beatriz Jaguaribe, pelo apoio e transmissão de conhecimentos;

A todos os meus amigos, que pacientemente aguentaram a minha ansiedade durante este período;

A todos os homens que passaram pela minha vida, pelas boas e péssimas experiências, que me fizeram crescer e me tornar mais *Poderosa*.

COUTINHO, Livia Fontana de Freitas. **A representação da figura pós-feminista em livros de autoajuda**: um estudo de caso dos livros “Por que os Homens se casam com as Manipuladoras” e “Por que os homens amam as Mulheres Poderosas?”. Orientadora: Beatriz Jaguaribe de Mattos. Rio de Janeiro, 2011. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 127f.

RESUMO

O Mercado da literatura de autoajuda não para de crescer e nos surpreende a cada dia com a infinidade de títulos e diversidade de temáticas. Dentro desta realidade mercadológica de alta rentabilidade, destaca-se um filão em especial: os livros que pretendem ensinar às mulheres táticas e truques para que elas consigam conquistar o homem que desejam. Este trabalho objetiva identificar as retóricas e estratégias simbólicas que estruturam os discursos de 2 best-sellers do gênero. Para tanto, analiso como a imagem da mulher é construída e representada nestas obras como modelo a ser seguido. Também viso compreender qual a motivação das mulheres ao buscarem “supostas verdades” nestes manuais que têm conquistado grande popularidade e aceitação em nosso país. Este estudo é relevante na medida em que estes livros supostamente retratam os anseios, inseguranças e desejos da mulher brasileira pós-moderna, que hoje detém o maior poder de compra do país, sendo responsável por 66% do consumo no Brasil. É de extrema importância perceber quem é essa mulher, como ela pensa e o que ela quer. Para sustentar minha análise sobre a retórica – por muitas vezes controversa - utilizada nesses livros, proponho uma discussão acerca do boom da autoajuda, a crise de identidade e a noção de felicidade nos dias atuais, além de reflexões sobre a mulher brasileira, o (pós)Feminismo e os relacionamentos na era da “Modernidade Líquida”(Bauman, 2001).

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. O BOOM DA AUTOAJUDA E A CRISE DE IDENTIDADE.....	15
1.1 Quem quer um conselho?.....	16
1.1.1. O Mercado da Autoajuda.....	18
1.1.2. “Seja Feliz!” - É uma ordem?.....	20
1.1.3 A Autoajuda e a Globalização em uma Sociedade Individualista.....	22
1.2 No embalo do desespero feminino	25
1.2.1 O mundo mágico da Autoajuda Feminina.....	27
1.3 Identidade e Subjetividade	29
1.4 Fazendo gênero: Homens e Mulheres na intimidade	32
2. MULHERES E RELACIONAMENTOS NA PÓS-MODERNIDADE.....	38
2.1 Uma breve apresentação da mulher brasileira	38
2.1.1 As Mulheres Solteiras.....	40
2.1.2. As Mulheres Casadas	42
2.2 Feminismo	45
2.2.1 Um declínio do Feminismo tradicional	49
2.3 Amores, Relacionamentos e Romance	53
2.3.1. A Co-Dependência, o Relacionamento Puro e o Amor Confluyente.....	55
3. MANIPULADORA E PODEROSA X BOAZINHA E MULHER CAPACHO	61
3.1 Os Livros	61
3.1.1 “Por que os Homens se Casam com as Manipuladoras – um guia para deixar os homens a seus pés” (PHCM)	62
3.1.2 “Por que os homens amam as mulheres poderosas? – um guia para você deixar de ser boazinha e se tornar irresistível” (PHAMP)	67
3.2 Que Mulher é essa?.....	82
3.3 Análise do Discurso	84
3.3.1 Sexo: Uma visão retrógrada sobre o tema	87
3.3.2 Sim, senhor!	90

3.3.3. O Casamento em uma era Pós-Feminista	92
3.3.4. As entrevistas com os homens	94
4. PESQUISA COM LEITORAS DE AUTO-AJUDA.....	96
CONCLUSÃO.....	105
BIBLIOGRAFIA.....	108
APÊNDICES	114
ANEXOS.....	121

INTRODUÇÃO

Simone de Beauvoir já dizia que “não se nasce mulher: torna-se”. Tal afirmação nunca fez tanto sentido. A condição de ser Mulher hoje é consequência de profundas reviravoltas ocorridas durante e, principalmente, no final do século XX. Os antigos significados do gênero feminino ficaram completamente datados com as conquistas do Movimento Feminista. Se antes a mulher não tinha voz e vivia confinada no lar, subjugada ao marido, hoje ela pode tudo. Ou quase tudo.

Por muito tempo a mulher lutou pelos seus direitos, pela igualdade entre os homens, enfim, pela libertação. Parece que ela finalmente está conseguindo o que sempre quis. Mas será que é tão simples assim?

Mais do que nunca, a mulher vive uma imensa pressão em mostrar para o mundo que não é o sexo frágil. Ela quer ser respeitada e estar no mesmo patamar que os homens. Vive imersa em uma tripla jornada, onde é obrigada a desempenhar suas inúmeras funções cotidianas com perfeita maestria.

As revistas cobram o corpo perfeito, os filhos cobram a mãe sempre presente, o trabalho cobra a mulher empreendedora, produtiva e pró-ativa, que não mistura a vida pessoal com a profissional. Ela deve estar sempre impecável: em boa forma, cabelo arrumado, maquiada, elegante e dedicada a todas as áreas de sua vida. Mas ela também tem desejos, também quer ser amada. E como ficam os relacionamentos no meio deste turbilhão de mudanças pelas quais as mulheres tem passado nas últimas décadas?

Neste contexto de re-significação de papéis e identidades, as mulheres se agarram a um filão editorial que vem ganhando cada vez mais espaço nas bancadas das livrarias: os livros de autoajuda escritos especialmente para elas. São manuais com fórmulas, passos, truques e dicas que prometem ajudar essas mulheres a beira de um ataque de nervos a encontrarem o amor próprio e conquistarem seus objetivos. E ainda que a mulher seja um ser completamente independente dos homens neste século XXI, ela, por outro lado, se vê desamparada e ainda sonha com o dia que vai encontrar o homem dos seus sonhos.

Com um olhar apurado sob os desejos, medos e anseios desta nova mulher, as editoras, a partir da década de 90, começaram a lançar livros de autoajuda com foco no público feminino. Os primeiros lançamentos foram um pouco mais tímidos, com livros

que revelavam as diferenças entre os sexos e procuravam alcançar formas de melhorar a comunicação entre homens e mulheres. Um exemplo a ser citado é o livro *Os homens são de marte, Mulheres são de Venus*, de John Gray. O Best-seller foi lançado em 1992 nos EUA e foi um dos pioneiros nesta categoria.

Hoje, o discurso destes livros é muito mais agressivo. Enquanto antes eles tendiam a retratar a mulher como “coitadinha”, hoje eles vão muito mais além do que apenas ensiná-las a se relacionar com um homem. Em meio a uma crise de final de namoro e folheando livros em uma livraria, me deparei com *Por que os homens se casam com as Manipuladoras* (que será mencionado como *PHCM*). Em poucos minutos, o sarcasmo e a objetividade com que a autora tratava as relações amorosas me chamaram a atenção. O discurso era completamente diferente de todos aqueles outros livros que dividiam a mesma estante.

Terminada a primeira leitura, descobri o outro livro da mesma autora e não hesitei em comprá-lo. “*Por que os homens amam as Mulheres Poderosas*” (que a passará a ser referido como *PHAMP*) era igualmente fascinante e tudo que eu precisava naquele momento de desespero. Eis que, observando o boom de livros que se propõem a dar todos os subsídios para que as mulheres conquistem o homem que quiserem, encontrei o tema ideal para este trabalho de conclusão de curso.

Muito mais que uma motivação pessoal, o interesse pelo estudo de tais livros se deu pela curiosidade a respeito do instigante mundo feminino e pela importância de analisar a representação que esses livros fazem da mulher Pós-Feminista, que vive em um eterno conflito entre a autonomia e a dependência de valores neoconservadores.

Sherry Argov e seus livros não poderiam ser mais adequados a esta discussão. A autora americana é dona de opiniões fortes e bastante controversas. Em seus livros, ela sugere mudanças de comportamento e se propõe a ensinar às mulheres que atitudes devem tomar e que posturas elas devem assumir para que se tornem irresistíveis aos olhos dos homens, conquistando um compromisso sério. A figura feminina exaltada nestes livros é daquela mulher que sabe bem o que quer, que se respeita e se valoriza, e que não deixa nenhum homem passar por cima dos seus valores. É alguém segura de si e que se coloca em primeiro lugar, ou seja: não está disposta a agradar o homem a todo custo, mesmo que esteja perdidamente apaixonada por ele. É a antítese da mulher “boazinha”.

A investigação sobre esta construção da nova identidade da mulher nos livros de Sherry Argov pode ser considerada bastante relevante, visto que os dois livros permaneceram durante muitos meses listas dos mais vendidos¹, não só no Brasil como no mundo, tendo sido traduzidos para mais de 25 idiomas. Este fato nos leva a crer que a temática central dos dois livros interessa a uma enorme quantidade de mulheres, de diversas culturas, que passam por estes mesmo dilemas (mesmo que de maneiras diferentes) do Pós-Feminismo.

Entender a mulher de hoje é fundamental para a compreensão do fenômeno do consumo mundial. De acordo com o Boston Consulting Group, as mulheres controlam 12 trilhões dos 18,4 trilhões de dólares gastos em consumo no mundo². Elas são o maior mercado emergente da história e fundamentais nas decisões de compra.

Portanto, a investigação da lógica do comportamento de consumo de livros de autoajuda voltados para as mulheres é uma questão bastante pertinente para compreender as necessidades da mulher na Pós-Modernidade. Além disso, estes Best-Sellers que fazem tanto sucesso com as mulheres podem conter informações de extrema necessidade para empresas que pretendem atingir este público-alvo.

Meu objetivo principal é investigar a construção da identidade feminina a partir de um estudo de caso e de uma análise de discurso dos dois livros aqui estudados. Nesta pesquisa, procuro verificar o perfil da mulher retratada e defendida por Argov e os motivos que levam as mulheres a procurarem estes livros. De que modo essa representação de si influencia e incentiva à construção das identidades instáveis da mulher atual, combinando e equilibrando os códigos esquematizados por esses livros, que acabam por contribuir para a (re)significação das condutas destas leitoras de autoajuda, ao mostrarem fórmulas e caminhos simples para alcançarem seus objetivos.

O primeiro capítulo do presente trabalho expõe o mercado de autoajuda e discute o recente fenômeno da busca pela felicidade como “obrigação moral” na Pós-Modernidade, utilizando principalmente a coletânea *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade* (2010) de João Freire Filho como referencial teórico. Também

¹ Não podemos precisar ao certo o número de semanas pois estas informações não foram divulgadas pelas Editoras. Contudo, para se ter um exemplo, podemos citar a lista de mais vendidos na categoria autoajuda da Revista Veja, onde *Por que os homens amam as Mulheres Poderosas* se encontrava há 96 semanas, no dia 06 de Julho de 2011.

² <http://www.bcg.com/media/PressReleaseDetails.aspx?id=tcm:12-24864>

é discutida a forma como a literatura de autoajuda se insere em uma sociedade extremamente individualista, onde as pessoas estão cada vez mais à procura de soluções práticas e rápidas para suas necessidades individuais. Neste mesmo capítulo, proponho um debate acerca das questões de identidade e subjetividade com base nas teorias de Stuart Hall (1997) e como a dificuldade de construção de uma identidade própria e única em uma sociedade globalizada contribui para uma crise existencial generalizada que leva as pessoas a buscarem instrumentos que auxiliem suas experiências de vida.

Também dá início ao processo de compreensão das motivações que levam as mulheres a recorrerem às estratégias traçadas nestes livros de autoajuda que servem como referências para balizar o comportamento feminino. Por último, abordo os problemas entre os gêneros no que diz respeito à intimidade e a forma como homens e mulheres se relacionam com ela.

O segundo capítulo se inicia com um panorama da mulher brasileira atual, tomando como base as pesquisas feitas pela empresa de inteligência de mercado Sophia Mind e publicadas no livro *Poderosas Consumidoras* (2010), bem como uma breve análise da trajetória feminina no país. Também procuro compreender a evolução da mulher durante a história, que culmina no que Lipovetsky chama de *A Terceira Mulher* (2000). Neste processo, não poderia deixar de examinar o Feminismo e a sua extinção que, a partir do que Faludi (2001) chama de Backlash – um contra-ataque reacionário às pequenas e sofridas vitórias das mulheres no último século – dá lugar ao que chamamos de Pós-Feminismo, tema que será discutido a partir das teorias da Angela McRobbie.

Através dos pensamentos de Giddens (1993) e Bauman (2004), o mesmo capítulo discute os relacionamentos e a frivolidade dos mesmos no mundo Pós-Moderno, além de aprofundar as noções que temos de amor, muito influenciadas pelos ideais Românticos. Esta discussão serve de ponto de partida para debatermos o Relacionamento Puro que marca as relações amorosas das novas gerações e que é o pressuposto essencial que serve de alicerce para todos os manuais de autoajuda que tratam a afetividade.

Finalmente, no terceiro capítulo, apresento as obras selecionadas, destrinchando cada capítulo e suas temáticas, além de traçar alguns comentários sobre a estética da capa e alguns recursos gráficos utilizados para dar forma aos pensamentos da autora. Ainda nesta parte, começo a expor algumas das idéias mais marcantes de Sherry Argov.

Mais além, procuro fazer uma análise do discurso de cada um destes livros que buscam defender um perfil de mulher auto-suficiente, mas que entra em conflito e em ,muitos momentos, em contradição com as próprias atitudes sugeridas pela autora. Essas visões surpreendentemente conservadoras ficam ainda mais claras quando comparadas às publicações que eram veiculadas nos anos 50. Ao final deste capítulo, é possível compreender as estratégias retórico-discursivas presentes nos títulos e como eles evidenciam uma concepção de mulher que se propõe a ser usada como modelo.

Por último, analiso os resultados de uma pesquisa quantitativa realizada com leitoras de autoajuda, que nos permitem investigar a relação que as mesmas têm com esses livros e qual a percepção delas dos truques sugeridos por esta literatura e da tal Mulher Poderosa defendida pela polêmica autora.

CAPÍTULO 1 - O BOOM DA AUTOAJUDA E A CRISE DE IDENTIDADE

“Nenhum homem é uma ilha”, disse o poeta John Donne há quase 400 anos. É do instinto básico do ser humano querer ter uma boa relação com as pessoas a sua volta e se juntar a elas. A partir desta constatação e atenta ao boom da auto-ajuda, uma das revistas mais famosas do país, a Veja, escolheu como tema principal para a edição de Dezembro de 2009 o fenômeno deste segmento literário. Ela tenta explicar o acontecimento bebendo na fonte das questões mais pessoais do homem, definindo, assim, como livro de autoajuda aquele que:

“se dirige àquelas questões de alma que, desde que o tempo é tempo, atormentam os homens. Como a perda de uma pessoa querida, a rejeição ou o abandono, a dificuldade de conviver com os próprios defeitos e os alheios, o medo da velhice e da morte, conflitos com os pais e os filhos, a frustração com as aspirações que não se realizaram, a perplexidade diante do fim e a dúvida sobre o propósito da existência. Questões que, como séculos de filosofia já explicitaram, nem sempre têm solução clara - mas que são suportáveis quando se tem com quem dividir seu peso, e esmagadoras quando se está só.” (BOSCOV e ROGAR, 2009, p.141)

Se dermos uma olhada na lista dos livros mais vendidos do país, é inevitável nos depararmos com diversos títulos deste segmento, o que só reitera o quanto este tipo de literatura tem sido “a menina dos olhos” das grandes Editoras, brasileiras e mundiais. A maioria destas listas tem uma seção de mais vendidos só do gênero autoajuda, enquanto outras, como a do Estado de S. Paulo, dividem as obras em apenas Ficção/ Não Ficção. Como exemplo³, temos a semana do dia 18 de Abril de 2011, onde mais da metade dos livros de Não Ficção é de autoajuda.

Nunca o homem buscou tanto uma orientação. O século XX e suas mudanças foram fundamentais nesse processo. Pode-se dizer que o mundo virou de cabeça pra baixo e as pessoas ainda estão tentando descobrir como lidar com tantas novidades.

“Desmanchou-se também a ligação quase compulsória que se tinha com a religião, e que dava ao padre, o pastor ou o rabino o posto de conselheiros de todas as horas. As famílias encolheram drasticamente, não só no número de

³ Vide Anexo F no final do trabalho.

filhos, mas na sua extensão. Em lugar daqueles ajuntamentos ruidosos, que reuniam dezenas de tios, primos, avós e agregados de parentesco vago, mas firme, tem-se agora pequenos núcleos pai, mãe e um filho ou, vá lá, dois. E nem esses núcleos resistem como antes.” (BOSCOV e ROGAR, 2009, p.143)

Com a fragmentação da pós-modernidade, as novas tecnologias e as relações mais efêmeras, os indivíduos se sentem cada vez mais sozinhos. Nada mais natural que eles busquem formas de se sentirem menos solitários. A internet e os sites de relacionamento; no caso das mulheres, as revistas, que servem como “melhor amiga”; a comida... enfim, existem diversas formas de escape que servem como solução, ainda que paliativa, para o problema. Os livros de autoajuda entram como uma forma de acalantar as almas mais aflitas, aconselhando e tentando achar todas as soluções para os problemas da humanidade. É quase medicinal. Uma medicina muito mais sob o aspecto psicológico, do que científico.

1.1. Quem quer um conselho?

Em 1859, um certo escritor escocês escreve um livro chamado Self-Help (Autoajuda), onde defende a posição de que o homem é o responsável pelo seu próprio bem-estar e pelas suas conquistas no mundo. O nome dele? Samuel Smiles. Com este sobrenome feliz, só poderia ser mesmo o autor do primeiro livro de auto-ajuda identificado na História.

Seu livro foi tão bem aceito que logo foi traduzido para 17 idiomas⁴ (um ótimo número se considerarmos que estamos falando do século XIX) e, desde então, o nome Autoajuda passou a carregar consigo a definição de um segmento literário que viria a mover bilhões de dólares no futuro. Mal sabia Samuel Smiles que aquele despretensioso livro ia ser o pioneiro de muitos e muitos outros sucessos estrondosos, capazes de mudar pensamentos, condutas e até mesmo valores pessoais.

Mas se há um livro que marcou definitivamente a história da autoajuda, cujos princípios ecoam e se estruturam como o alicerce de livros do mesmo tipo até hoje, é o clássico “Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas”, escrito em 1937 por Dale

⁴ A Informação pode ser conferida no link http://www.logoslibrary.eu/owa-wt/new_wordtheque.w6_home_author.home?code_author=2525&lang=EN

Carnegie. Este livro era composto por táticas e truques para convencer os outros das suas opiniões, com intuito de fazer com que eles gostem de você. Traduzindo, sem meias palavras: Como manipular as pessoas ao seu favor para que te respeitem e admirem. Sua aplicabilidade nos negócios fez com que a obra se tornasse o livro de cabeça da literatura corporativa e de grandes profissionais de marketing e vendas.

Muitas décadas depois, em 2006, outro Best-seller cravou seu espaço na história da autoajuda. Após 2 aparições no programa de Oprah Winfrey⁵, o livro “O Segredo” de Rhonda Byrne virou um fenômeno mundial. Assim que foi lançado no Brasil, pela Editora Ediouro, 250.000 cópias foram vendidas em um único mês. Nos EUA, ultrapassou a marca dos 6 milhões de livros vendidos no primeiro semestre de 2007. Junto com o filme, que foi lançado na onda do sucesso do livro, ao todo, Rhonda Byrne já havia alavancando 300 milhões dólares em vendas no começo de 2009. O “ensinamento” chega a ser bobo de tão simples: Pensar positivamente é o que vai fazer você conquistar tudo que deseja.

A literatura de autoajuda é bastante extensa e se subdivide em vários segmentos e perfis distintos de consumidores. Contudo, proponho que nos atenhamos ao grande público-alvo⁶ destes livros de autoajuda: As Mulheres. E o que torna o público feminino o grande mercado consumidor dos livros de autoajuda? Muito se tem falado das recentes mudanças nas posições ocupadas pela mulher no espaço privado e público no último século. E isso explica muito o apelo que o segmento literário tem entre o gênero feminino:

“O desenrolar dessa nova fase para a mulher abrange a necessidade de significação e re-significação da sua situação enquanto sujeito componente desse novo espaço. Além do que, a velocidade das mudanças, a instabilidade das identidades e os novos estímulos constituintes das subjetividades, sejam eles percebidos conscientemente ou não, obrigam a procura de mecanismos que auxiliem na ocupação de um espaço simbólico e mental e também na construção de uma imagem e um papel ainda estranhos ao primeiro e agora antigo sujeito.” (MOCCI, 2006, p. 1)

⁵ Oprah é publicamente conhecida como uma consumidora assídua de livros de autoajuda e famosa por seu “toque de Midas”, tamanho o sucesso e a repercussão de qualquer produto que ela divulgue em seu programa. Ela também costuma entrevistar e fazer matérias com os famosos gurus motivacionais. Sobre “O Segredo”, ela declarou : “Este livro mudou minha vida.”

⁶ Estima-se que 70% do total de consumidores no mundo sejam mulheres. De acordo com a empresa R.R. Bowker, especializada em tendências de consumo no mercado editorial, as mulheres compraram 74% dos livros vendidos na categoria relacionamentos e família, em 2008. Disponível em: <http://www.forbes.com/2009/06/10/self-help-books-relationships-forbes-woman-time-marriage.html> Já no Brasil, 55% dos leitores do gênero são mulheres. (Vide Anexo G)

A identidade feminina mudou completamente nos últimos tempos. Deste modo, elas precisam reaprender suas novas funções e atributos esperados. Não há como ignorar que todas essas questões acabam afetando as relações entre os gêneros. E é precisamente esse o foco deste trabalho de conclusão de curso, ou seja, a relação destas mulheres com os livros de autoajuda, especialmente no que tange à incessante busca delas por guias e manuais de relacionamentos, que supostamente as ensinam a lidar com os homens e suas diferenças. Mais do que uma política de boa vizinhança, o que elas querem mesmo é dominá-los, amarrá-los e conquistá-los de uma vez por todas.

1.1.1. O Mercado da Autoajuda

Em 2008, a empresa de pesquisa de Mercado Market Data Enterprises Inc. realizou um estudo publicado na revista Forbes⁷ onde revelou que os americanos gastaram 11 bilhões de dólares em 2008 com produtos do segmento de Autoajuda, 13.6% mais do que em 2005. Aqui, não estamos apenas falando de livros, mas também de CDs, DVDs, Audiolivros, palestras motivacionais, seminários, workshops, coaching pessoal e muito mais. É toda uma complexa indústria de alta rentabilidade, brilhando aos olhos de empresários e investidores.

As categorias abordadas por esses produtos vão desde questões de saúde como perda de peso até habilidades para negócios, passando por controle de stress e relacionamentos afetivos. Há sempre um especialista com um manual na mão, pronto para resolver todos os seus problemas. Basta seguir os passos 1, 2 e 3 que você está pronto pra ser feliz: uma esposa maravilhosa, uma mãe impecável, a Deusa na cama e a Martha Stewart do mundo dos negócios. Tudo, é claro, conquistado com muita calma e paciência, através de muitas alianças e nenhum inimigo, na base da filosofia zen, por que a ansiedade não te levará ao sucesso, dizem os “gurus”.

Ao que tudo indica, a indústria da autoajuda vem crescendo firmemente, ano após ano. No final da década de 90, quando a Fnac chegou ao Brasil, a loja tinha 15.000

⁷ http://www.forbes.com/2009/01/15/self-help-industry-ent-sales-cx_ml_0115selfhelp.html. Acesso em: 18/05/2011

títulos de autoajuda em suas prateleiras. Em 2009, esse número⁸ pulou para 50.000. Já em Maio deste ano (2011), o gigante Amazon.com listava 117.251 títulos da categoria autoajuda.

Os títulos de autoajuda representam 30% dos lançamentos anuais no Brasil, segundo a Câmara Brasileira do Livro (CBL). De 2000 a 2004, o mercado americano de livros de autoajuda cresceu 50%. No Brasil, os números impressionam ainda mais: Enquanto o mercado editorial cresceu 35% de 1994 a 2001, o filão de autoajuda aumentou em mais de 700% no mesmo período.

Para se ter uma idéia do fenômeno no Brasil e de como ele pode ser persuasivo para grande parte da população, podemos nos voltar para um caso recente e de grande repercussão popular. Depois de um breve romance, a participante Maria Melillo do programa televisivo Big Brother Brasil 11 passou quase todo o resto do programa dando investidas no outro participante, “Maumau”, que não estava mais interessado nela. Ela, aconselhada por uma amiga confinada na mesma casa, resolveu ler o livro “Deixe os homens aos seus pés”⁹. Depois que acabou a leitura, Maria finalmente resolveu se valorizar: deixou de ser humilhada, desistiu de vez de Maumau, começou a namorar o outro participante (Wesley) e ainda ganhou o programa, faturando 1.5 milhões de reais. Poucos dias depois, o livro já era o segundo mais vendido do Brasil e logo se esgotou das prateleiras, ganhando uma reimpressão de 80 mil exemplares¹⁰.

A força motriz que impulsiona esse mercado consumidor da autoajuda é basicamente uma: a esperança. E quando ela é endossada por histórias verídicas de conquistas, relatos repletos de emoção e frases clichês, a fórmula parece funcionar ainda melhor. No final das contas, tudo que esses leitores querem acreditar é que há sim uma luz no fim do túnel.

⁸ Dados da Revista Veja. Disponível em <http://veja.abril.com.br/021209/nas-asas-autoajuda-p-140.shtml>. Acesso em: 19/05/2011

⁹ Livro escrito pela autora Marie Forleo e publicado no Brasil pela Editora Universo dos Livros, em 2011. Curiosamente, a capa do livro é praticamente igual ao livro PHAMP. Ambas mostram apenas metade da perna de uma mulher de salto e um homem pequeninho, intimidado por esta mulher. No livro de Forleo, ele aparece tentando escalar as pernas desta mulher, enquanto no de Sherry ele aparece segurando uma rosa e olhando pra cima. (Vide Anexo E)

¹⁰ Informação disponível em: <http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL1655252-9798,00-AUTORA+DE+DEIXE+OS+HOMENS+AOS+SEUS+PES+ACONSELHA+MARIA+DO+BBB.html>. Acesso em 04/05/2011.

1.1.2. “Seja Feliz!” - É uma ordem?

A felicidade está nas suas mãos. “Só depende de você”, dizem. Se é tão fácil assim, quer dizer que quem não consegue essa tal felicidade é incompetente? Para Darrin McMahon¹¹ professor de história na Universidade Estadual da Flórida, vivemos uma “infelicidade de não ser feliz”. A idéia do “faça você mesmo” ao invés de soar como um alívio, acaba sendo muito angustiante para boa parte das pessoas. Para o professor, a partir do século XVII, a noção de felicidade se desatrelou das questões religiosas, ou seja, ela deixou de estar ligada às vontades de Deus e ao que o destino no reservava.

“Foi libertador saber que não era mais necessário sofrer as conseqüências dos pecados de nossos ancestrais no Jardim do Éden. E que não havia problema em sentir prazer, usufruir do corpo e do sexo, e era possível fazer dinheiro e empreender as circunstâncias da própria vida. Mas ainda que tudo isso tenha sido uma libertação, a idéia de que a felicidade passou a ser responsabilidade de cada um trouxe também uma obrigação. E se você não for feliz? Isso significa que você falhou? Esse é o paradoxo da crença na felicidade. De um lado, há uma liberdade, mas ela cria um novo tipo de ansiedade.”
(MCMAHON)

O livro “*Ser Feliz Hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*”, organizado por João Freire Filho, reflete sobre a noção de felicidade nos dias atuais e questiona a “obrigação moral” de ser e estar sempre feliz. A felicidade deixou de ser uma conseqüência ou um direito, para se tornar uma imposição na vida Pós-Moderna. Temos que ser felizes a cada minuto e não estamos satisfeitos até termos paixão por tudo aquilo que fazemos.

Um indicador disso é o boom do mercado de livros de autoajuda no Brasil, que vendem receitas de como ser feliz que quase nos ordenam a encontrar esta famigerada felicidade. A palavra e suas derivações costumam marcar presença nas capas destes livros, seja no título ou no subtítulo. Como exemplos, podemos citar os Best-Sellers “Os 100 segredos das pessoas felizes” do psicólogo americano David Niven (2001) e “O Sucesso é ser Feliz” do psiquiatra Roberto Shinyashiki (1997).

Eles prometem receitas infalíveis para entender o que é essa tal felicidade, como conquistá-la ou mantê-la, seja no trabalho, nas relações familiares ou amorosas. Como

¹¹ Entrevista disponível em <http://carlarodrigues.uol.com.br/index.php/1655>. Acesso em: 20/05/2011

bem característico do segmento, estes livros vendem uma noção de felicidade homogênea, que satisfaria a todos, ignorando completamente as subjetividades de cada leitor. Estas concepções geralmente se baseiam no senso comum e investem em “versões específicas da vida feliz, em detrimento de outros itinerários propostos no passado ou aventados, sem grande ressonância, na atualidade” (FREIRE FILHO, 2010, p. 22)

Em momentos de tristeza, tais livros podem, de fato, funcionar como uma experiência positiva. “Por outro lado, esse é um tipo de leitura que prega o individualismo, que se for excessivo pode ser extremamente danoso. O narcisismo em excesso acaba afogando”, adverte o teólogo Fernando Altemeyer (apud Revista Galileu, 2007)

Alguns conceitos aplicados nos primeiros livros de autoajuda do século XIX, como o sucesso, eram bastante diferentes dos atuais. No passado, a felicidade almejada era muito mais uma questão de caráter. O sucesso não significava a realização de prazeres a todo custo, mas sim um exercício da força de vontade visando a conquista de bons hábitos em prol da sociedade e uma reorganização das circunstâncias externas, quando desfavoráveis ao todo. Contudo, como a pesquisadora Vera França analisa no livro de João Freire Filho, houve uma transição ao longo da história, onde a felicidade coletiva deu lugar a uma busca ansiosa pela satisfação pessoal e imediata, fato também acusado por Bauman (2004). Há uma ênfase latente em sentimentos voláteis, no sentir prazer agora, mas não uma visão de felicidade para uma vida inteira. A felicidade vem em pílulas de bem-estar que duram pouco. Nas palavras de Vera, estamos em meio a um movimento de “privatização da felicidade”, que emerge em nossa sociedade capitalista e individualista.

Essa cultura Narcisística e excessivamente competitiva, onde temos que ser os melhores em tudo e não podemos nos dar o luxo de perder ou de errar, tem como efeitos colaterais vários transtornos psicológicos que afligem, principalmente, os jovens de hoje. A Depressão, o TOC, a síndrome do pânico e a hiperatividade são alguns dos sintomas da pós-modernidade, onde as pessoas estão sendo constantemente cobradas (por elas mesmas e pelos outros) e correm atrás da perfeição a todo custo. Temos autonomia e um universo de possibilidades, mas isso acaba por trazer um sentimento de angústia a tiracolo. Nesse sentido, nos tornamos vítimas de um mandato da felicidade.

Não podemos deixar de falar de uma “espetacularização do eu”, principalmente pela televisão e pelos anúncios publicitários que vendem idéias cristalizadas sobre o que é um bom relacionamento amoroso, o que é qualidade de vida, o que é ser bonito, entre outras visões hegemônicas que se colocam na nossa frente – mas que são tão inalcançáveis.

Particularmente, acredito que a felicidade é uma consequência. Quanto mais nos forçamos a encontrá-la, o tempo todo, maiores as chances de frustrações. A noção de felicidade é algo muito pessoal e em um mundo tão heterogêneo, as mais distintas percepções de felicidade podem coexistir. Como exemplificado pela socióloga Bianca Freire-Medeiros (in FREIRE FILHO, 2010) a percepção de que os estrangeiros têm das pessoas que vivem nas favelas cariocas é de que elas são alegres, autênticas, de bem com a vida e , em muitos casos, ainda possuem o privilégio de morar com vista para o mar. O samba, o carnaval e um suposto desapego financeiro dessas pessoas, para muitos destes turistas, são a tradução da felicidade. Eles saem de seus hotéis 5 estrelas, para ver essa felicidade toda de perto, a bordo de um jipe. Já os moradores da favela, se questionados, provavelmente dariam tudo para estar no lugar destes mesmos estrangeiros, dormindo em suas confortáveis camas, com uma recheada conta bancária e tomando um belíssimo café da manhã de hotel. Então, o que é ser feliz, afinal? E mais: há como determinar a felicidade ou medir o quanto alguém é feliz?

João Freire Filho aponta, com ironia, para o fato de que é necessário “aparentar-se bem adaptado ao ambiente, irradiando confiança e entusiasmo, alardeando uma personalidade desembaraçada, extrovertida e dinâmica”, para sobreviver em meio a este imperativo da felicidade.

1.1.3 A Autoajuda e a Globalização em uma Sociedade Individualista

A partir de uma breve análise de não mais que dois ou três livros de autoajuda, fica claro que estes manuais partem do princípio que há só um lugar, uma única cultura, apenas uma linguagem. Tudo isto pode ser percebido como um retrato da cultura globalizada de massa, onde estamos inseridos. Através das referências da literatura de autoajuda, que propõem o autoconhecimento, as pessoas são estimuladas a trabalhar suas condutas e seu comportamento individual de acordo com a ordem social dominante deste novo mundo.

Todo o discurso da autoajuda é construído através do pressuposto que os preceitos ali descritos serão facilmente digeridos por esses leitores, que entendem todas as hipóteses, se identificam com todas as situações. Entretanto, uma vez que os livros de autoajuda de sucesso costumam ser traduzidos literalmente¹² para diversas línguas, os autores acabam se esquecendo que as sociedades têm suas próprias histórias, valores, hábitos e que, por este motivo, a compreensão pode ser completamente diferente de local para local, podendo até mesmo perder seu sentido.

Na correria do dia a dia deste mundo em descontrole, com a quantidade interminável de informações que nos atingem todos os dias e com as quais somos obrigados a nos relacionar, os livros de autoajuda caem como uma luva: temos pouco tempo, pouca paciência, mas muita ansiedade. Um livro prático, barato¹³, rápido e de leitura fácil, que garante que você “vai chegar lá”, está em plena harmonia com a agitação da vida do homem pós-moderno. Para que passar anos na terapia lamentando sobre sua traumática adolescência quando há um caminho muito mais rápido a ser percorrido em um pouco mais de duzentas páginas e que ainda por cima vai te levar ao sucesso?

Quando o primeiro livro de autoajuda foi lançado, a idéia de “sucesso”, na época, estava voltada para o bem estar coletivo, através do desenvolvimento de valores morais do leitor, que estaria cumprindo, assim, um “dever social”(SILVA, 2010, p. 880). Hoje esse conceito é puramente individualista. Ser um homem ou uma mulher de sucesso denota conquistas pessoais, ao alcançar a riqueza material e/ou afetiva. Os problemas aos quais os livros de autoajuda buscam auxiliar hoje são sempre de ordem pessoal.

Na sociedade capitalista em que vivemos, os sentimentos humanos são apenas mais um produto a ser moldado nos padrões do mercado, que percebeu há tempos um crescente sentimento de carência na humanidade, um dos resultados desse individualismo.

“Nesse sentido, pela velocidade e dinamismo do processo, questões relacionadas ao afeto se apresentam como produtos de consumo com forte

¹² Quando eu digo *literalmente*, quero dizer que é uma tradução apenas textual, ou seja, as situações, piadas e metáforas não costumam ser modificadas de acordo com os costumes locais.

¹³ Segundo a Revista Veja (2009), um livro de autoajuda custa em média 20% a 25% menos que um título de literatura tradicional.

propensão ao lucro, por ser-lhes implementada notabilidade de *fast food* pela exploração mercadológica dos sentimentos humanos.” (SILVA, 2010, p.278)

Por essas e outras, apesar do sucesso entre inúmeros leitores, a literatura de autoajuda é também alvo de muitas críticas. Steve Salerno, autor do livro *Sham (How the Self-Help Movement Made America Helpless)* e um dos maiores críticos da Autoajuda, realizou uma pesquisa e descobriu que as pessoas mais propensas a comprar estes livros são exatamente aquelas que já compraram algum livro do tipo nos últimos 18 meses¹⁴. Esse fato por si só já gera uma certa desconfiança: se um livro de autoajuda se vende como “a solução de todos os problemas”, então por que a necessidade de comprar outro? Sinal de que o anterior não foi completamente satisfatório. Nem resolveu as questões tão bem assim...

E como não ficar perdida com tantas opiniões e dicas de supostos especialistas que mais confundem do que dão uma luz no fim do túnel? Algumas abordagens são tão contraditórias - e controversas - que, no meio de tanta informação, não vai tardar para que novos livros de autoajuda sejam criados para ajudar as pessoas a se recuperarem de um trauma causado por...um outro livro de autoajuda, do tipo: “Aprendendo a se recuperar de ‘Seja rico ou morra tentando’ em apenas 6 semanas”.

Da mesma forma que Salerno, há muitos outros que acreditam que esta é uma indústria exploradora que se aproveita das fraquezas humanas. Nos EUA, existe um movimento que contraria duramente a indústria da autoajuda chamado *Americans Against Self-Help Fraud (AASF)*¹⁵. Segundo eles se auto-define, o grupo trabalha para proteger as pessoas de práticas falsas, decepcionantes, imprecisas, fraudulentas e sem comprovação científica, através de informação, educação e pesquisa.

Para alguns críticos, a ausência de pensamento crítico é o maior dos problemas. O grande risco deste tipo de livro é começar a levar a vida com uma visão excessivamente Pollyanna, o que, inevitavelmente, levará o leitor assíduo deste segmento literário a um desapontamento, quando confrontado com a realidade.

“O problema da discussão em torno da auto-ajuda não são os livros ou os autores, são os leitores. É preciso que o leitor assuma uma postura crítica em relação a tudo o que lê (vê e ouve). E que leia (veja e ouça) um pouco de

¹⁴ A informação pode ser conferida em http://www.forbes.com/2009/01/15/self-help-industry-ent-sales-cx_ml_0115selfhelp.html

¹⁵ WWW.selfhelpfraud.com

tudo. Restringir a leitura a livros de recomendações sobre como atingir o sucesso – seja nas empresas, na família, nos relacionamentos amorosos ou financeiramente – é tão nocivo à sensatez quanto permanecer a vida inteira lendo apenas jornais. Se o leitor do primeiro bloco passa a vida perdido no deslumbre do otimismo abstrato, o do segundo se perde numa realidade pessimista igualmente auto-enganadora.” (FAZITO, 2007)

É exatamente por se tratar de um tema tão polêmico, que proponho este debate.

1.2. No embalo do desespero feminino

Elas estão vulneráveis. Provavelmente, acabaram de passar por um doloroso e traumático episódio de desilusão amorosa. Estão sem ânimo, sem forças para seguir suas vidas e prestes a se agarrar a qualquer coisa que apareça pela frente. Eis que aparece um livro, quase como um porta-voz que grita: Eu tenho a solução!

É mais ou menos assim que as mulheres entram no universo da autoajuda. Neste contexto, convencê-las de qualquer idéia, por mais mirabolante que seja, não parece ser uma tarefa muito difícil. Queiram elas reconquistar o ex ou deletá-lo de vez de suas vidas. De “Os homens sempre voltam” a “Eu tinha saudades dele, mas estou melhorando”, há sempre uma palavra de motivação bem ali, na próxima prateleira.

Há também aquelas que, assim como Maria Melillo, querem dar a volta por cima e aprender a se valorizar. Outras várias procuram manuais da conquista em busca de uma fórmula mágica para conquistar o homem de seus sonhos. Tem livro para os mais variados gostos, mas a premissa é sempre a mesma: “Você pode tudo”, o que provoca uma falsa idéia de que esta mulher pode ter sua vida e as pessoas à sua volta totalmente sob seu controle. Livros como, por exemplo, “*Como fazer qualquer pessoa se apaixonar por você!*” (2009) dão uma falsa ilusão de que as pessoas podem ser moldadas a seu bel prazer. Basta vontade, auto-confiança, amor próprio e, é claro, o famoso pensamento positivo. Afinal, como diz Leliane Gliosce Moreira ¹⁶(in PSI Jornal de Psicologia, 2001), membro da Comissão de Orientação do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo (CRP SP), “Todo discurso de autoajuda é fundado na idéia de que é somente preciso acreditar que aquilo que se quer pode acontecer. Essa é uma idéia

¹⁶ Disponível em: http://www.crp.org.br/portal/comunicacao/jornal_crp/126/frames/fr_sociedade.aspx. Acesso em 06 Mai. 2011

bastante primária e primitiva, na medida em que se baseia em um pensamento do tipo místico, ou seja, um pensamento fundado em crenças tais como as das religiões.” Exatamente por isso, livros de autoajuda são geralmente classificados, nas estatísticas de vendagem, ao lado dos de esoterismo, ela conclui.

Mas por que tanto desespero?, alguns se perguntam. Com a emancipação da mulher e a entrada dela no mercado de trabalho, as mulheres vem adiando os planos de se envolverem em uma relação duradoura e formar uma família, o que implicaria em casamento, cuidados com o lar, preocupações com os filhos, etc... Até os 30 e poucos anos, a mulher pós-moderna tende a priorizar os estudos e a carreira. É cada vez mais notório a grande quantidade de mulheres solteiras no mundo¹⁷, realizadas ou no caminho da realização profissional, mas que sentem falta de um par. Elas estão cada vez mais cultas, bem-resolvidas e, conseqüentemente, exigentes. Achar um homem a altura está ainda mais difícil.

Uma das relações mais conflituosas e antigas reside na famosa diferença entre os gêneros. Piadas, produtos culturais e até mesmo inúmeros estudos são feitos para decifrar a dificuldade das relações entre homens e mulheres. O mercado editorial, sempre atento às tendências, percebe nesse contexto uma grande oportunidade: os livros de autoajuda que têm como foco a relação entre o homem e a mulher. Eles surgiram aos poucos e agora são tantos que perdemos de vista.

Essas receitas de bolo que são vendidas em forma de livro têm ainda mais impacto sob as mulheres, pelo fato delas estarem em processo de descobrimento de suas identidades, visto que a emancipação do gênero feminino é um fenômeno bastante recente e elas ainda estão tentando aprender como lidar com essa nova dinâmica social. “Diante disso, a mulher atual força-se a uma desconstrução e reconstrução de tudo aquilo que foi até hoje definido como a ‘identidade feminina’, para descartar ou re-significar velhos papéis ou valores.”(MOCCI, 2006, p. 35)

¹⁷ Segundo a Revista Time (2000), a porcentagem de mulheres casadas com idade entre 25 e 55 anos em 1963 era de 83%. Em 1997, caiu para 65%. A Revista Veja, em edição especial sobre a Mulher, revelou que as estatísticas mostram que o maior nível de instrução das mulheres contribui para a solteirice. Como se não bastasse essa triste ironia, "estudos mundiais mostram que, quanto maior a renda masculina, mais eles se casam, enquanto com as mulheres acontece o contrário". (SEKEFF, 2006)

Mas será que esses livros estão realmente contribuindo para uma ascensão feminina ou estão, na verdade, dando um “ tiro pela culatra ”? Eles escrevem em prol dos interesses (pós)feministas ou estão favorecendo uma perspectiva sexista, assumindo o discurso do Backlash¹⁸?

1.2.1 O mundo mágico da Autoajuda Feminina

A autoajuda como solução para mulheres não está presente apenas em livros. Eles são apenas a ponta de um iceberg de uma indústria que envolve outros vários formatos, como programas de televisão¹⁹, por exemplo. A idéia é a mesma: um “especialista” que dá conselhos visando à melhoria da qualidade de vida da pessoa, seja no eixo profissional, de relacionamento, saúde, sexual, espiritual ou familiar. Mas uma vez que esses conselhos são dados, as verdadeiras mudanças só acontecem quando a própria pessoa resolve se ajudar. Daí o nome autoajuda.

Mas nem sempre a autoajuda se utiliza da fórmula convencional especialista/conselho/aconselhado. Se a questão central da autoajuda tem tudo a ver com identidade – e a (re)construção dela – além de um trabalho persistente de elevação da auto-estima, podemos verificar exemplos em outros modelos.

Tratando especificamente do gênero feminino, é possível observar uma enorme quantidade de produtos culturais voltados para elas que abordam temáticas problematizadas numa era pós-feminista, trazendo uma autoajuda implícita. Programas como *Sex and the City*, por exemplo, funcionam como uma catarse: promovem o autoconhecimento a partir da identificação com o outro (no caso, as personagens da trama) ao tratarem inúmeros assuntos polêmicos presentes na agenda da mulher atual. Outros programas do gênero, semelhantes a *Sex and the City*, vieram a reforçar características essenciais da identidade feminina - a qual estes produtos midiáticos

¹⁸ Conceito desenvolvido por Susan Faludi no livro *Backlash* (2001): o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres, que define o terno como um período, a saber : “A verdade é que os anos 80 presenciaram um poderoso contra-ataque aos direitos da mulher, levando a um retrocesso, a uma tentativa de reduzir um punhado de pequenas e sofridas vitórias que o movimento feminista a custo conseguiu. [...]” (p. 17)

¹⁹ Podemos citar o famoso programa *Talk Sex* da apresentadora idosa Sue Johansen, veiculado aqui pelo canal GNT, que dá dicas e tira as dúvidas sexuais dos telespectadores. No quesito saúde, temos uma enxurrada de programas de aconselhamento como “Você é o que você come”. Para aprender a criar melhor seus filhos, o programa “*Supernanny*” pode te ajudar. Está enlouquecendo com os preparativos do casamento? “*Noivas Neuróticas*” é pra você. Esses são apenas alguns exemplos de uma extensa lista.

ajudam a construir - e ,principalmente, contestar comportamentos e padrões dominantes impostos pela sociedade que são sinônimos de felicidade. *Sex and The City*, por exemplo, é libertador ao mostrar o “outro lado da moeda”, revelando como as mulheres podem ser realizadas de diferentes maneiras e de que forma o casamento não é a materialização do mundo perfeito. As personagens saem, se divertem, freqüentam lugares bacanas, são realizadas no trabalho e ganham o seu próprio dinheiro.

Ainda sobre o programa, ele mostra que a solteirice pode ser, sim, muito mais divertida e interessante do que a vida de casada. Assim, as mulheres solteiras começam a deixar de carregar o peso da vergonha de suas costas e passam a levantar a bandeira da escolha própria, do “solteira por opção” – ainda que isso não signifique estarem desacompanhadas. Ser solteira hoje não constitui mais a incapacidade de arranjar um homem. Afinal, como questionado na capa da Revista Time (2000), “Quem precisa de um Marido”?

As mulheres não encaram mais o casamento como obrigação, mas como resultado do encontro do par ideal. A mudança radical aqui é que elas hoje agüentam esperar até encontrar esse alguém que vale a pena, ainda que haja aí uma tensão com uma grande ansiedade feminina. De qualquer modo, o casamento hoje não faz mais sentido se não envolver realmente amor. Enquanto isso não ocorre, elas se jogam em suas carreiras, investem em qualificação, se divertem com as amigas e cuidam da mente e do corpo. Apesar desse desprendimento feminino, há um forte receio que de que este homem talvez nunca chegue. Este posicionamento “mantém a mulher como objeto de uma cultura hegemônica onde o homem dá a última palavra e é só com ele que a realização é completa”. (MESSA, 2006, p. 84). É deste receio que a autoajuda para mulheres se alimenta.

Livros de autoajuda femininos são repletos de jargões que estimulam a mulher a desenvolver a sua própria independência, a se amarem e se valorizarem, a aprenderem a serem felizes consigo mesmas. Estes clichês estão em comum acordo com a igualdade entre homens e mulheres, mas batem de frente com os mais profundos sentimentos femininos. Se elas, publicamente, afirmam que agora que conquistaram seus direitos não dependem mais dos homens, por outro lado, precisam desta “forcinha extra” para conseguirem efetivamente se sentirem seguras e, assim, poderem conquistar o homem

que desejam. Aliás, se elas não precisam mais dos homens, como explicar a infinidade e o sucesso desses manuais de conquista?

E assim elas seguem abastecendo o grande mercado da literatura de autoajuda. Seja para estarem prontas para quando o homem ideal chegar, ou para prender aquele que já encontram, mas que está prestes a escapar de suas mãos.

1.3. Identidade e Subjetividade

A identidade é um tema bastante discutido por teóricos de diversos campos de estudo. Como várias abordagens já foram utilizadas e inúmeros conceitos foram elaborados e contestados ao longo dos séculos, pretendo me concentrar nas idéias de Stuart Hall acerca do sujeito atual e a formação da sua identidade na atualidade, por acreditar que o autor seja uma das maiores referências do tema no mundo acadêmico.

Hall chama de “sujeito pós-moderno” aquele que habita a sociedade a partir do século XX. Este sujeito, diferentemente do que já foi pensado no passado, não possui uma unidade central que determina seus valores e atitudes. Assim como sua identidade não é apenas fruto das suas interações sociais, da internalização dos signos e da decodificação deles. Essa identidade é temporal e descentrada. Ela se constrói a partir de experiências e se configura como um processo histórico-social, tornando-se uma “celebração móvel”: “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1997a, p.13).

Essa identidade também não é estável, ou seja, ela não simplesmente existe, mas está em constante inquietação. Deste modo, a identidade nunca é uma condição completa, pois está sujeita a mudanças recorrentes. Segundo Hall:

“A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente.” (HALL, 1997a, p. 14)

O homem pós-moderno é um conjunto de identidades que podem muito bem nada ter a ver umas com as outras. Ao longo da vida, o homem pode assumir inúmeras identidades, muitas delas ao mesmo tempo. Para o autor, esse intercâmbio identitário durante a vida e a diversidade de opções e possibilidades ,contraditórias ou não , contribuem para uma crise de identidade dos indivíduos do último e do novo século. Gisele Mocci compartilha da mesma opinião:

“[...] nota-se, na cultura globalizada do século XX, a existência de uma dificuldade de elaboração da identidade unificada e indivisa a partir de uma realidade fragmentada. Essa dificuldade gera uma crise de identidade que leva o sujeito à procura de elementos que possam auxiliá-lo na racionalização e no entendimento de si mesmo enquanto ‘eu’ perante a realidade de seu contexto.” (MOCCI, 2006, p. 2)

Dada a variada gama de possibilidades que o mundo apresenta, o sujeito se questiona e é questionado sobre suas escolhas a cada dia. Deste modo, ele possui uma grande dificuldade em optar por decisões a longo prazo e se sente perdido, sem saber para onde está caminhando. Nada mais é imutável ou 100% seguro. Somos confrontados com mudanças de estruturas antes impensadas. Com isso, a tendência é uma sensação de impotência e insegurança a respeito do que o futuro nos reserva.

Assim, os livros de autoajuda como produtos midiáticos de uma cultura globalizada servem como orientação para a normatização de comportamentos institucionalizados, motivando e significando as condutas sociais, já que há um vácuo causado pela ausência de referências seguras e consistentes para a elaboração de subjetividades. Como o nome já diz, eles funcionam como dispositivos que auxiliam o indivíduo na construção dessas identidades, através da busca de uma motivação existencial por parte dos leitores, que procuram se auto descobrirem nesta literatura.

Giddens (1993, p. 41) afirma que vivemos em uma sociedade de alta reflexividade. Para ele, “hoje em dia, o eu é para todos um projeto reflexivo - uma interrogação mais ou menos contínua do passado, do presente e do futuro.” Ele cita os manuais de autoajuda, assim como a terapia, programas de televisão e revistas como “recursos reflexivos”, que conduzem esse questionamento acerca da identidade.

Os Estudos Culturais, a partir dos anos 50-60, analisam o papel da cultura das mídias na construção da identidade pós-moderna. Através de ícones, imagens, símbolos e mecanismos de identificação, “[...] os textos da mídia seduzem, fascinam, comovem,

posicionam e influenciam seu público” (KELLNER, 2001, p. 64). Estamos constantemente expostos a influências externas, em um mundo globalizado com inúmeras conexões e trocas, o que possibilita a criação de novas identidades culturais, através de uma infiltração cultural diversificada. Nesse mar de informações que os meios midiáticos apresentam, somos formados como pessoas a partir de valores e idéias que eles nos passam.

“Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’.” (HALL, 1997a, p. 75).

Guattari (apud MOCCI, 2006, p. 17) aponta para uma tendência a um efeito alienante de individuação e padronização da subjetividade disseminada pelas culturas de massa “com sua máquina de produzir indivíduos normalizados, articulados uns aos outros segundo sistemas hierárquicos, sistemas de valores, sistemas de submissão”.

Hall acredita na importância de discutir a questão da identidade a partir de seu processo de subjetivação: a identificação. Somos constantemente interpelados pelos discursos midiáticos de forma a absorver suas idéias e representações²⁰, que supostamente nos educam a respeito do que é normal e o que não é, o que é certo e errado, o que deve ou não ser feito. (KELLNER, 2001, p. 212). A mídia molda nossas identidades de acordo com a ideologia defendida por ela. “Portanto, na sociedade de consumo atual, a criação da individualidade passa por uma grande mediação” (Ibid, 2001, p. 297).

É claro, não podemos cair no território da ingenuidade retrógrada e acreditarmos que a construção da identidade e a produção da subjetividade se dão tão somente através do que a cultura dominante nos fornece. O sujeito não está inerte, passivo e pronto para aderir às opções que lhe são impostas. O processo é muito mais complexo e envolve

²⁰ Para Hall (1997b), o conceito de representação é caracterizado pela produção de significados através da linguagem ou qualquer outro sistema de significação de uma cultura. Ele acredita que as coisas sozinhas não possuem sentido. São os seres humanos, dentro de uma sociedade, que dão sentido às pessoas, objetos, fenômenos, gêneros, etc.

uma combinação de referências coletivas, desejos, anseios e emoções pessoais. (MOCCI, 2006, p. 15)

De todo modo, retomando as questões a respeito dos livros de autoajuda cuja temática é centralizada nos relacionamentos amorosos, podemos concluir que a representação da mulher nestes livros pode influenciar muito na elaboração de sua subjetividade. Estes livros servem como auxílio para a auto-afirmação da mulher, principalmente aquela com problemas nos vários campos de sua vida e que têm dificuldade de compor a nova identidade feminina, tensionada pela coexistência de papéis antigos e recentes destinados às mulheres e a enorme pressão que esta sofre para desempenhar com maestria cada um deles.

A identidade, principalmente a feminina, ainda depende muito do reconhecimento e a da aprovação alheia. Junte-se a isso o fato de que há uma insegurança e ansiedade latentes na condição humana da pós-modernidade – e, mais uma vez, que se manifesta ainda mais no sexo feminino – que permeiam nossas atitudes. Neste contexto, as palavras proferidas pelo gurus da autoajuda soam como a salvação: É mais fácil aceitar e interiorizar automaticamente os modelos de referência de identidade que nos são propostos do que questioná-los e consolidar novas formas de subjetividade apenas pelo próprio – e solitário - auto conhecimento.

1.4. Fazendo gênero: Homens e Mulheres na intimidade

“as relações de gênero são divisões e atribuições diferentes e assimétricas de traços e capacidades humanas. Por meio das relações de gênero, dois tipos de pessoas são criados: homem e mulher. Homem e mulher são apresentados como categorias excludentes. Entretanto, o conteúdo real de ser homem ou mulher e a rigidez das próprias categorias são aqui variáveis de acordo com as épocas e culturas. As relações de gênero, tanto quanto temos sido capazes de entendê-las, têm sido relações de dominação (...) definidas e controladas por um de seus aspectos inter-relacionados – o homem . “(FLAX, 1991, p.228).

No mundo ocidental, podemos notar que a sociedade foi basicamente estruturada num viés de alteridade entre masculino e feminino, com base em uma relação de sujeito/objeto, mediante uma lógica patriarcal em que os valores masculinos predominaram e subjugaram a mulher.

Neste trabalho, a importância de fazer uma análise sobre as questões que envolvem os gêneros se dá pela constatação de que os livros de autoajuda voltados para mulheres geralmente sugerem que a identidade feminina existe em controponto à identidade masculina. Em outras palavras, a mulher é o que o homem não é e vice-versa. Desta forma, para que a mulher possa melhorar o seu relacionamento com o companheiro – ou vir a conquistar um –, ela deveria aprender a se relacionar harmonicamente com as diferenças intrínsecas ao caráter masculino.

Antes de mais nada, é importante destacar os conceitos de sexo e gênero e suas diferenças básicas. Enquanto o sexo é definido por componentes estritamente biológicos, o gênero é uma construção sociocultural histórica e arbitrária que determina e atribui ao homem e a mulher significados, papéis e funções distintas. Em poucas palavras, o gênero engloba o sexo, mas é transcendente a ele, como coloca Diana Maciel em sua pesquisa sobre gêneros e poder:

“A biologia, ou seja, a composição anatômica, fornece a matéria-prima a partir da qual se pode começar a construir a identidade de gênero de cada indivíduo, enquanto que a sociedade e a história fornecem o contexto, a informação que cada um segue para construir a sua identidade. É necessária a interação, socialização e integração na sociedade. E é essa interação, e não o corpo, que faz do indivíduo o que ele é. Deste modo, é ao longo de um processo de construções, desconstruções e reconstruções, que o indivíduo desenvolve a sua identidade de gênero, num processo permanente, constantemente vulnerável a mudanças e contingências, que deriva da incorporação de práticas, hábitos, costumes, normas, crenças e valores, próprios da sua trajetória e contextos social, cultural, econômico e político.” (MACIEL, 2008, p. 2)

O Feminismo teve grande importância no questionamento da ideia de “natureza feminina” durante os anos 70, assumindo que os determinantes dos gêneros variam de sociedade para sociedade e de tempos em tempos. Esta contestação, a partir dos estudos de gênero, serviu como instrumento teórico para permitir uma abordagem empírica e analítica das relações sociais, além de levantar discussões sobre subordinação feminina em uma sociedade dominada pelos homens.

Após décadas bastante complicadas de divergências e questões delicadas entre homens e mulheres, o clima finalmente ficou menos pesado, mas ainda há muitos pontos de tensão que dão bastante conteúdo para muitos e muitos manuais de relacionamentos. Em sua obra, Giddens (1993) aborda a questão da construção dos gêneros historicamente e como elas se configuram hoje. Ele critica a necessidade dos

homens em “contar vantagem” para os outros, usando suas conquistas materiais e amorosas como troféu. Giddens procura explicar esta problemática analisando a postura masculina durante o desenvolvimento da Modernidade:

“Os homens procuravam obter a auto-identidade no trabalho e, - em geral, devemos sempre acrescentar – não compreenderam que o projeto reflexivo do eu envolve uma reconstrução emocional do passado para projetar uma narrativa coerente em direção ao futuro.” (GIDDENS, 1993, p. 71)

Os homens, em geral, permaneceram à parte do processo de transformação da intimidade, tema de estudo de Giddens. Para o autor, esse é o motivo deles ainda assumirem uma posição estereotipada publicamente e ostentarem a idéia de que o gênero masculino só quer sexo, tem receio de se casar e foge de compromissos afetivos. No entanto, as transmutações sofridas pelos relacionamentos amorosos ao longo da história foram e são encarados por ambos os gêneros, mas estas foram muito mais sentidas pelas mulheres do que pelos homens. O desenvolvimento masculino aconteceu, majoritariamente, na esfera pública. Enquanto as mulheres se desenvolveram no campo da intimidade.

Elas, que antes tinham sua reputação definida pela capacidade de resistir às investidas dos homens, passam a compreender e validar a idéia do relacionamento como algo finito, e não mais eterno, como era sugerido antigamente pelos ideais românticos. Elas também ganham autonomia com a chamada Revolução Sexual, passando a legitimar os seus desejos sexuais e realizá-los. Por outro lado, os homens, que tinham sua reputação baseada nas conquistas sexuais, quase não alteraram a sua percepção, o que explica muitos dos conflitos entre homens e mulheres hoje, causados pela dificuldade deles em aceitarem a igualdade sexual nas relações afetivas e aderirem a relacionamentos de longo prazo.

Pode-se inserir neste contexto o fenômeno social dos livros de autoajuda, que pretendem exatamente reorganizar e apontar possíveis soluções para os problemas de diferenças entre gêneros causados pelo medo que os homens têm da intimidade e para as questões enfrentadas pelas mulheres devido à resistência masculina perante seu sucesso e à participação cada vez maior delas na sociedade.

Os homens sentem que o espaço deles foi invadido. Com isso, se vêem numa crise existencial onde não se reconhecem mais nos seus papéis cristalizados pelos

antigos estereótipos e se deparam em meio a um processo de reestruturação de funções. Junte-se a isso as inovações nos campos da ciência, como a possibilidade da gravidez por métodos não convencionais, por exemplo. Na mente masculina, todos esses fatores reforçam uma sensação de que eles agora são descartáveis, já que a ordem foi completamente subvertida.

Isso tudo também ajuda a compreensão do processo inverso: o descarte das mulheres por parte dos “garanhões”. Giddens discute esse ponto ao reconhecer as mudanças ocorridas no processo da conquista²¹ no último século.

“A ‘sedução’ perdeu grande parte do seu significado em uma sociedade em que as mulheres tornaram-se muito mais sexualmente ‘disponíveis’ aos homens do que jamais o foram, embora – e isto é importante – apenas mais como uma igual. A atitude do garanhão reflete essa mudança fundamental e ao mesmo tempo reclama contra ela.” (GIDDENS, p. 96)

A busca pelo sexo, segundo autor, é uma tentativa frustrada da busca pela autoidentidade. E isso se explica, principalmente, pois a sexualidade está intimamente ligada a um exercício de poder. Para os homens, esse poder significa conquistas sexuais, já que isso implica no domínio do homem sob a mulher, o que é particularmente desafiador numa era em que ambos os sexos estão em pé de igualdade.

É como se o poder sexual masculino fosse o último resquício de soberania do gênero. É quase automático percebê-lo como um escudo de proteção dos homens, que vêem as mulheres conquistando cada vez mais espaço e dominando todas as áreas da esfera pública, onde só eles atuavam. Eles têm consciência de que apesar da suposta independência feminina, elas ainda estão ligadas a eles de uma forma afetiva muito forte. Os sonhos de compromisso amoroso e, para algumas, de um conto de fadas (guardadas as devidas proporções) ainda estão fortemente presentes. É nessa hora que eles sentem que estão de volta ao comando. Faz sentido que eles queiram prolongar essa sensação o máximo que puderem. E enquanto as mulheres percebem que ainda não conquistaram o coração do homem desejado, mais elas vão criando uma relação de

²¹ Esse é o ponta-pé inicial para as questões abordadas em vários livros de autoajuda destinados a mulheres. Eles pretendem resgatar um suposto “amor-próprio” que as mulheres perderam ao longo das conquistas femininas do século XX. Na medida em que elas ganharam o controle sobre seus próprios corpos, a impressão para uma grande parte da sociedade masculina, é que agora elas estão “fáceis demais”. Por este motivo, não é necessário fazer um grande esforço ou investir na sedução. Mais do que isso, a vitória deixa de ter o mesmo sabor, uma vez que a mulher quer sexo tanto quanto o homem, ou seja, ele não precisa mais convencê-la a se envolver desta forma.

dependência e perdendo, pouco a pouco, sua autonomia. É importante dizer que não há nada de certo ou errado nesse processo de envolvimento feminino. É apenas o caminho natural quando se está envolvido com uma outra pessoa, independente do gênero.

Ainda sobre essa percepção de insegurança, confusão e perda identitária masculina diante das conquistas femininas e de uma conseqüente obsessão pela sexualidade episódica²², Giddens acredita que tais sentimentos explicam também os problemas masculinos em alcançar a intimidade.

“Em termos psicológicos, as dificuldades do homem em relação à intimidade são acima de tudo o resultado de duas coisas: uma visão cismática das mulheres, que pode remontar a uma reverência inconsciente pela mãe, e uma narrativa emocional prescrita do eu. Por isso, nas circunstâncias sociais em que as mulheres não são mais cúmplices do papel do falo, os elementos traumáticos do machismo ficam mais claramente expostos.” (GIDDENS, 1993, p. 147)

Em outras palavras, muitas das negações masculinas – e até mesmo os inúmeros eventos de violência doméstica contra as mulheres – podem ser percebidas como reações ao declínio da submissão da mulher. Com isso, o homem tende a achar outras formas de exercer poder, pois se sente acuado e extremamente inseguro. Pode-se dizer até que eles nutrem um certo sentimento de raiva em relação às mulheres, como uma reação exaltada contra a auto-afirmação delas no lar, no local de trabalho e em todos os outros lugares. Já elas têm raiva deles por conta dos modos pelos quais lhes negam os privilégios materiais reivindicados. “Pobreza econômica para as mulheres, pobreza emocional para os homens: será esta a situação do jogo na relação entre os sexos?”, é a pergunta colocada por Giddens (1993, p. 164)

A condição de “Ser homem” hoje em dia é de fato bastante complicada. Assim como as mulheres estão se readaptando aos novos papéis sociais, os homens estão revendo seus conceitos sobre sua própria condição masculina. O que antes era representativo do gênero, como a liderança, a autoridade, o sustento financeiro da família e a alta frequência da atividade sexual, não são mais determinantes. Com a sexualidade plástica e a emancipação sexual feminina, o homem viu uma perda da função essencial do pênis: a reprodução. Mais que isso, o que era antes o instrumento de

²² Para o autor, a sexualidade episódica consiste em aventuras sexuais desprovidas de compromisso. Desta forma, o homem utiliza a prática sexual como uma forma de exercer seu poder, visando uma auto-afirmação e negando a dependência emocional.

poder e dominação, capaz de dar prazer às mulheres e controlá-las, agora não passa de um “mero pedaço de carne” (ibidem, p. 169), já que estas novas mulheres têm total liberdade para se auto-satisfazer, sozinhas ou com a ajuda de um vibrador. Giddens explica que os homens, metaforicamente, passam por um processo de “castração”, onde o órgão sexual masculino começa a ser visto como algo sem utilidade.

Para o psicólogo Herb Golberg (apud GIDDENS, 1993) os homens sofrem fortes pressões da sociedade – até mesmo das mulheres - para agirem como machos. Eles têm uma necessidade latente de comprovar a sua masculinidade, mas o fazem ainda através das condutas que eram exigidas dos homens antes da libertação feminina. Se por um lado as mulheres se libertaram de todas as limitações que lhes eram impostas, os homens continuaram presos a idéia de que são os provedores. Para Goldberg, o caminho da superação está no desenvolvimento do plano emocional, da afetividade e vulnerabilidade por parte dos homens. O psicólogo acredita que os homens devem encontrar o seu lado feminino e se conhecerem melhor, para então assumirem as novas responsabilidades.

Já a feminista Barbara Ehrenreich (idem) pensa diferente. Segundo ela, antes mesmo das mulheres, os homens começaram a contestar os seus próprios papéis na sociedade. A intenção deles era usufruir sozinhos da renda gerada pelo seu trabalho, sem ter que sustentar toda uma família, o que foi ainda reforçado pela cultura Hípie, que rejeitava o casamento, o lar e as responsabilidades domésticas. Eles também passaram a acreditar que estavam mais suscetíveis às doenças por trabalharem mais que as mulheres. Deste modo, começaram a se sentir sobrecarregados e passaram a culpar o papel de provedor pelo fato de que os homens, pela primeira vez na vida, tinham uma menor expectativa de vida do que as mulheres. O resultado disso foi um forte caráter individualista masculino na sociedade atual. Enquanto isso, quem sofre são as mulheres, já que “a independência econômica obtida pelos homens não se tornou disponível às mulheres, que tiveram de assumir as responsabilidades que os homens abandonaram.” (ibidem, p. 168)

CAPÍTULO 2 – MULHERES E OS RELACIONAMENTOS NA PÓS-MODERNIDADE

“Em Hollywood, as mulheres usam a ‘sedução’ para prejudicar os homens e conseguir o que querem. Nos intervalos do canal Sony, os machos são de ‘respeito’ e as mulheres têm ‘mentes perigosas’. A mensagem subliminar é: ‘cuidado, meninos, as mulheres são o capeta disfarçado’. E, foi com medo do capeta que a sociedade, ao longo dos séculos, prendeu as mulheres dentro de casa. Como se isso não fosse suficiente, limitaram seus movimentos com espartilhos, sapatos minúsculos (na China), saltos altos. Impediram-na que estudasse, que trabalhasse, que tivesse vida própria. Ela era uma propriedade do pai, depois do marido. Tinha sempre de estar sob a tutela de alguém, senão sua “mente perigosa” causaria coisas terríveis.” (RODRIGUES, 2009)

2.1 Uma breve apresentação da mulher brasileira

A trajetória das mulheres é uma trajetória de opressão. Mas também é uma “história de resistência e transgressão, marcada por desafios, principalmente o de superar sua própria condição social, estética e mesmo humana” (MOURA, 2008, p. 4). Elas viveram por muito tempo à margem da sociedade, sempre dominadas por uma ou mais figura(s) masculina(s). Eram os homens que as controlavam e ditavam as regras a serem seguidas.

No Brasil, pode-se perceber que muitos dos estereótipos de gênero e preconceitos contra às mulheres estão enraizados na cultura patriarcal dos primeiros séculos da colonização. As mulheres, tanto negras como brancas, viviam a vida em função dos homens e eram completamente desvalorizadas. As primeiras eram escravas, obrigadas a prestar todos os serviços domésticos e também serviços sexuais ao senhor para qual trabalhavam. Ou seja, mais que uma exploração do trabalho, se tratava uma exploração moral e sexual. Enquanto a vida das mulheres brancas, por sua vez, estava limitada ao cuidado dos filhos e às práticas religiosas, sem direito à participação na vida pública, impossibilitadas de exercer atos civis.

Segundo a historiadora Mary Del Priore (2011), o adultério era bastante comum nos tempos de colônia. Ela observa ainda que o próprio D. Pedro I não poupava mucamas, estrangeiras, criadas ou damas da corte e que as relações sexuais legítimas com a esposa se davam apenas com o objetivo de procriação. O prazer era sempre buscado com a “outra”, em geral negras ou índias. Porém, o adultério se restringia

somente aos homens. As mulheres, submissas, deveriam aguardar seus maridos em casa, mansas e obedientes. Del Priore aponta a poligamia como tendo seu auge no século XX, a qual ela chama de “século hipócrita”, com a disseminação de prostíbulos e bordéis.

A idéia de que a mulher era incapaz e improdutiva ficou escancarada até mesmo nas próprias leis, conforme registrado no Código Civil da República de 1916, cujos preceitos, ou pelo menos alguns, sacramentavam a inferioridade da mulher em relação ao marido. (MOURA, 2008. p .6)

Mas é no século XX que surgem os diversos movimentos sociais, políticos e econômicos que alteraram profundamente a condição feminina, quando as mulheres começam a se organizar em direção a objetivos em comum. As duas guerras mundiais e a necessidade de mão de obra devido à ausência das figuras masculinas ofereceram a possibilidade das mulheres começarem a expressar sua identidade feminina e suas visões de mundo através do trabalho, ocupando, assim, lugares antes só permitidos aos homens. Desta forma, a mulher amplia o seu campo de atuação e começa a questionar seu confinamento ao reduto doméstico.

As rupturas e mudanças de todas as ordens que ocorreram no último século transformaram radicalmente a vida da mulher brasileira. Seus papéis, em todas as esferas de suas vidas, sofreram profundas reviravoltas, assim como os seus desejos, princípios e aspirações também foram transformados e, automaticamente, também transformaram o modo como elas lidam consigo mesmas e com o mundo a sua volta.

Com base em dados retirados do livro *Poderosas Consumidoras* (2010) - escrito pelos especialistas em consumo feminino, Andiará Petterle e Bruno Maletta -, em um primeiro momento, pretendo analisar o perfil da mulher brasileira atual no campo afetivo, a partir da diferenciação entre as mulheres solteiras e casadas e, com isso, conectar algumas dessas conclusões com outras questões trabalhadas nessa monografia. As pesquisas foram realizadas pela empresa Sophia Mind²³ com usuárias de internet de todo o Brasil, entre Janeiro e Março de 2010.

²³ A Sophia Mind Pesquisa e Inteligência de Mercado é a empresa do grupo de comunicação feminina Bolsa de Mulher voltada para pesquisa e inteligência de mercado. Cem por cento focada em compreender profundamente as mulheres e ajudar seus clientes a maximizar as oportunidades de comunicação com

2.1.1. As Mulheres Solteiras

Apesar das grandes mudanças que ocorreram nas últimas décadas, o casamento ainda é o sonho dourado de qualquer mulher. Ou pelo menos, quase toda mulher. Segundo a pesquisa da Sophia Mind, 91% das mulheres solteiras na faixa etária analisada desejam construir essa relação. O maior motivo pelo qual estas mulheres ainda não se casaram é o fato de estarem priorizando a carreira e/ou os estudos, o que revela uma grande preocupação dessas mulheres em adquirir estabilidade e independência financeira. Em outras palavras, elas não querem depender dos homens e buscam isso exatamente para poderem seguir com as suas vidas, caso o relacionamento não dê certo, conforme respondido por 55% das entrevistadas, que disseram que irão manter sua independência financeira durante o casamento.

Curiosamente, as mulheres, em geral, não revelam sofrer pressão da família para se casarem, como ocorria antigamente. No entanto, sabemos que a sociedade ocidental em que vivemos cobra isso das mulheres. As pessoas têm a tendência a achar que uma mulher de 50 anos que nunca casou ou teve filhos é infeliz e desiludida. Já no caso de um homem da mesma idade e na mesma situação, é bem diferente. Em nossa cultura, ele ainda é visto como “jovem”, cheio de vida pela frente.

Essa dinâmica também pode ser analisada sob uma perspectiva fisiológica. As mulheres têm essa pressa em casar não só por sentirem que o casamento é essencial para a sua felicidade (ao menos perante à sociedade), mas principalmente por conta do seu relógio biológico, que tende a ficar cada vez mais lento com o passar dos anos. A maior parte das mulheres sem filhos (37%) desejam ter o primeiro entre 30 e 32 anos de idade, pois sabem que há grandes riscos na gravidez após os 40, o que não acontece com os homens, que produzem seus espermatozóides durante toda a vida.

Tanta pressão por todos os lados cerca as mulheres com mil expectativas. O otimismo é uma marca forte das mulheres brasileiras, que possuem uma visão bastante romântica do casamento.

“Elas não só esperam que a vida seja melhor após o casamento, mas também acreditam no casamento e no homem ideal. Aproximadamente 81% das solteiras que pretendem se casar acreditam que seus casamento serão eternos, e 73% acreditam que existe o homem ideal, sendo que 42% acreditam que já

encontraram este homem, 31% possuem esperanças de encontrar, e 6% acham que não vão encontrar.” (PETTERLE E MALETTA, 2010, p.72)

Apesar de tantos sonhos em relação ao casamento e a vida de casada, as mulheres solteiras são bastante razoáveis ao responderem as características do homem ideal. Ele não precisa ter uma beleza estarrecedora e uma conta bancária de 9 dígitos, ao contrário do que muitos homens imaginam. A mulher brasileira procura um homem fiel, inteligente e atencioso. Pode-se dizer que ela deseja um homem em quem confie, a quem admire e que a respeite.

O fato da fidelidade aparecer em primeiro lugar, talvez tenha uma forte relação com o que as mulheres sofreram durante muitos e muitos anos de submissão, quando elas não tinham qualquer direito e os homens podiam seguir suas próprias vontades, sem dar qualquer satisfação às esposas. E não estamos falando de muito tempo atrás. O código penal de 1890, por exemplo, punia apenas o adultério feminino. “A fidelidade obrigatória era impossível de ser mantida pelo homem cuja sexualidade era excessivamente exigente, resvalando a qualquer ‘sedução’. Julgava-se dever da esposa a compreensão de tais ‘fraquezas’.” (SOIHET in: DEL PRIORE, 1997, p. 384).

Até mesmo teorias “científicas” foram criadas na época para justificar tal crença, como as estabelecidas por um famoso criminologista italiano do século XIX, Cesare Lombroso, corroborando com a idéia da superioridade masculina.

“[...]Lombroso, cujas idéias estavam revestidas de forte teor evolucionista, apontava na mulher inúmeras deficiências, além de atribuir-lhe forte traços de perfídia e dissimulação. Ele afirmava que a mulher era menos inteligente que o homem, explicando que a presença da genialidade nesse sexo, por uma confusão de caracteres sexuais secundários, faria a mulher parecer um homem disfarçado. Era a mulher dotada de menor sensibilidade nos mais diversos âmbitos, especialmente na sexualidade. Dentre as razões que apresentava para comprovar tal afirmação, enumerava a raridade das psicopatias sexuais nesse sexo e a sua capacidade de manter a castidade, por longo tempo; atitude impossível de exigir-se dos homens. Assim, justificava que as leis contra o adultério só atingissem a mulher, cuja natureza não a predispunha a esse tipo de transgressão. [...]” (Ibid, p. 380)

No quesito conquista, as coisas mudaram bastante. A mulher, que até pouco tempo atrás se via obrigada a se submeter às atitudes desrespeitosas do homem, que era quem comandava a situação, agora está com o poder nas mãos. Ao menos para as mulheres brasileiras, tomar a iniciativa é completamente natural. 64% delas

responderam que partem pro ataque quando sentem que o resultado vai ser positivo. Apenas 12% das mulheres ainda acreditam que esse é papel é totalmente masculino e ele é quem deve comandar o show. Estes dados nos mostram que ainda há um ranço da sociedade machista que permeou tantos séculos.

Há, no entanto, uma informação um tanto quanto controversa nesta pesquisa. Somente 28% das entrevistadas afirmam praticar sexo casual. Ora, há algo de muito estranho neste dado. Se a mesma pesquisa for feita com homens heterossexuais, é certo que o resultado será consideravelmente maior. Então, onde estão essas outras mulheres com quem os homens praticam sexo sem compromisso? Essa contradição apresenta mais um indício de machismo na sociedade. Ou os homens estão mentindo para mais, desejando se mostrarem mais viris e “machos”, ou as mulheres estão escondendo o jogo, com medo de passarem uma imagem de promiscuidade. Pode-se concluir, então, que o que é objeto de orgulho masculino é ao mesmo tempo uma questão (ainda) profundamente desconfortável para as mulheres.

2.1.2. As Mulheres Casadas

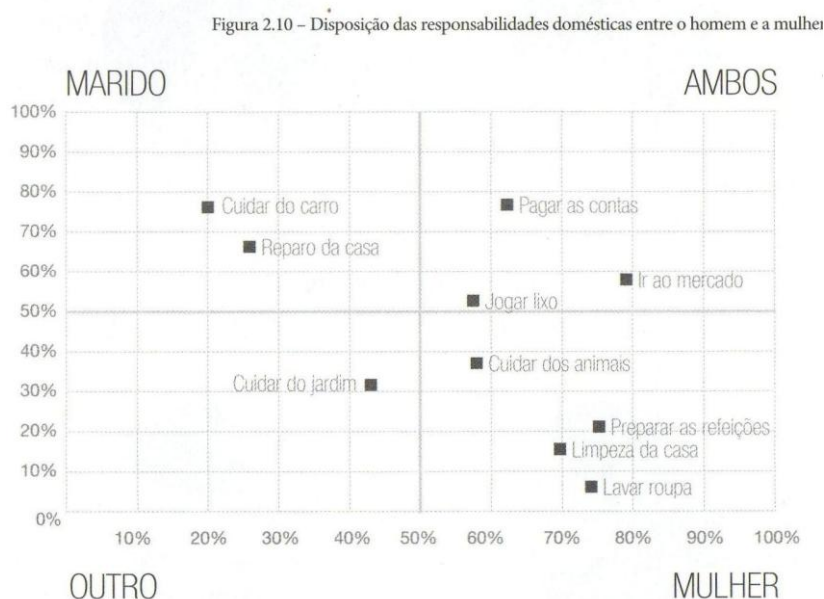
A inserção da mulher no mercado de trabalho adiou o casamento. No início do século XX, a idade média da mulher que se casava era 19 anos. Em 2000, esta média já havia aumentado para 25 anos e a tendência é que este número suba ainda mais²⁴. Até esta idade, as mulheres estão mais preocupadas com suas carreiras e se estabelecerem no mercado de trabalho. No entanto, depois que elas casam, começam a dar mais prioridade aos filhos e o casamento, deixando um pouco de lado a carreira.

Os gráficos 2.10 e 2.11 (PETTERLE E MALETTA, p. 64 e 65) mostram dados bastante interessantes quanto à distribuição das atividades domésticas²⁵ na vida pós-casada. O primeiro revela que a maioria das atividades são realizadas pela mulher. Essas

²⁴ Aqui estamos falando de uma média entre mulheres entrevistadas de diferentes classes sociais. Quanto mais alta é a classe social e o nível de instrução, mais tarde elas se casam.

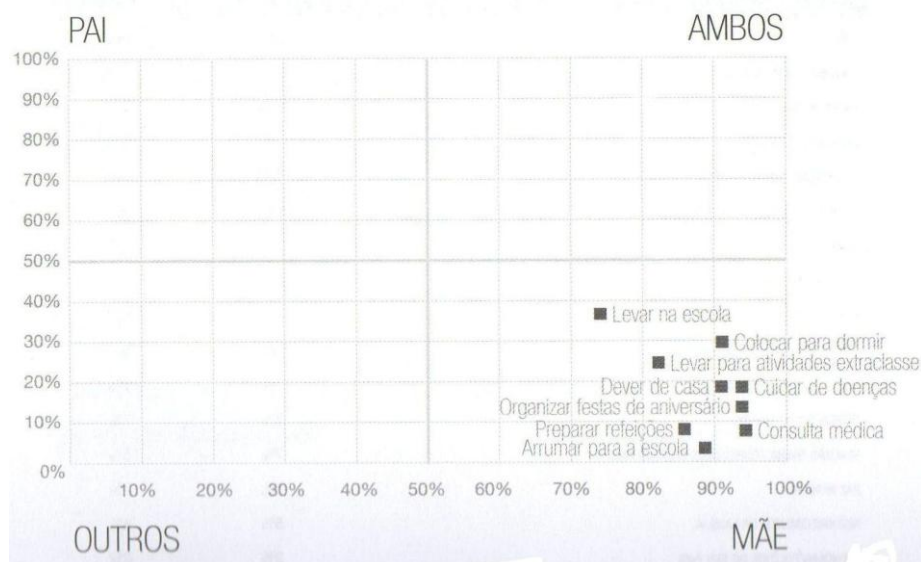
²⁵ Foram entrevistadas mulheres das classes A, B e C. Como no Brasil a presença da empregada doméstica nas casas de classe média é muito comum, a pesquisa se refere à *responsabilidade* pela atividade. Não significa que é, necessariamente, a mulher quem vai botar a mão na massa. Mas é função dela gerenciar/comandar essa atividade. Ou seja, ainda que a empregada é quem vá cozinhar, é a mulher que fica responsável por isso. Se a comida não estiver bem feita, o homem e/ou os filhos vão reclamar com a mulher/mãe. Além disso, nas 2 tabelas existe a opção “Outro”, que corresponde à atividade atribuída completamente a algum funcionário contratado, como um jardineiro, caseiro ou uma diarista, por exemplo. É algo mais raro, que geralmente nem o homem nem a mulher tem know-how pra realizar, então deixam a cargo de uma outra pessoa e não se responsabilizam por isso.

atividades (limpeza da casa, cuidar dos animais, lavar roupa...) são consideradas mais “femininas” pela sociedade. Essa percepção pode estar atrelada a uma noção de delicadeza da mulher no imaginário coletivo, que considera o gênero feminino mais adequado para realizar essas funções. Já as duas atividades que são mais comumente realizadas pelos homens são quase óbvias: cuidar do carro e reparo da casa. Essas obrigações requerem um tipo de conhecimento que desde cedo é passado aos meninos, que crescem vendo seus pais instalando equipamentos, pregando quadros, consertando lâmpadas, lavando e polindo o carro, etc... Do mesmo modo, são responsabilidades “masculinas” na mentalidade das pessoas. Essa avaliação é bastante datada e remonta aos séculos passados, onde a mulher cuidava do lar e o homem era visto como o forte e o provedor, e era ele quem cuidava das atividades mais “braçais”.



Ainda mais assustadora é a conclusão que pode ser inferida do gráfico 2.11 (abaixo). Ele nos mostra que as responsabilidades com os filhos são totalmente atribuídas às mulheres. Ou seja: o pai continua sendo o provedor e é a mãe quem deve cuidar do filho, exatamente como nos tempos de colônia. A diferença, porém, é que agora a mulher, além de cuidar sozinha do filho, também precisa trabalhar e ajudar financeiramente nas despesas do lar.

Figura 2.11 – Disposição das responsabilidades com os filhos entre o pai e a mãe



Esses fatos revelam que, na medida em que a mulher ganhou a sua tão aclamada liberdade e independência, ela continuou com as mesmas responsabilidades, só que assumiu novas. O que houve foi um acúmulo de funções e poucos benefícios reais, principalmente no que diz respeito às relações familiares. Enquanto isso, o homem continua fazendo o que sempre fez. A questão que se coloca é: Se agora as mulheres se equiparam academicamente e financeiramente aos homens (ao menos teoricamente) e ajudam com o que antes era obrigação somente do gênero masculino, por que não podem eles fazerem o mesmo? Se ela agora tem renda própria e é capaz de usar o seu próprio dinheiro para beneficiar o lar e a família, então o homem teve a sua maior responsabilidade dividida pela metade. Logo, nada mais justo que ele também contribua para as atividades que antigamente eram apenas designadas às mulheres.

É importante destacar que essa situação é predominante no Brasil, diferentemente de outros países do mundo, onde os homens ajudam mais dentro de casa. Não por acaso, o percentual de brasileiras estressadas (55%) é maior do que é média internacional, como revela a pesquisa “Women want more”²⁶. A atual tripla jornada da mulher é extremamente exaustiva e elas estão sendo cada vez mais cobradas. É como se estivessem o tempo todo tendo que provar que estão ali porque merecem. Mas isso não é motivo para elas abrirem mão das suas conquistas, pelo contrário. O grande desafio

²⁶ Pesquisa feita pela Boston Consulting Group (BCG), empresa global de consultoria em gerenciamento e especialista em estratégias de Mercado, e transformada em livro. O estudo foi realizado em 2008 com mais de 12 mil mulheres em 22 países.

está em achar o tão desejável equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, uma das principais preocupações femininas nos dias de hoje (p. 67).

2.2. Feminismo

“Como especialistas do coração, as mulheres estabeleceram contato uma com a outra em condição de igualdade pessoal e social, dentro dos espectros amplos das divisões de classe. As amizades entre mulheres ajudaram a mitigar os desapontamentos do casamento, mas também mostraram-se por si só compensadoras.” (Giddens, p. 55)

A privação e o isolamento das mulheres no lar por tanto tempo tiveram suas conseqüências positivas. A suposta fragilidade do gênero e a condição feminina de inferioridade acabaram por servir como cola que uniu tantas mulheres em busca das mesmas aspirações.

Para tratar do Feminismo, primeiramente, é importante compreender a evolução da figura da mulher durante a História - Quais eram seus desejos? Como ela era encarada? Quais eram seus direitos, deveres e papéis na sociedade? Esta análise é crucial para entender em que contexto surgiu o Movimento Feminista e como a mulher chegou ao que ela é hoje.

Para responder tais perguntas, o filósofo francês Gilles Lipovetsky, autor do livro “*A Terceira Mulher*” (2000) divide as mulheres em 3 momentos que definem, genericamente, as mudanças sofridas pelo gênero feminino ao longo do tempo.

O que Lipovetsky chamou de a 1ª Mulher é aquela que surgiu na Pré-História e perdurou até a Idade Média. Essa mulher era temida, vista pelos homens como perigosa, ardilosa e indecifrável. Ela era percebida como um ser no qual não se podia confiar, cujo arquétipo tinha muito da figura bíblica de Eva. Durante este período, a mulher exercia basicamente a função reprodutiva; de resto, era completamente esquecida. Já o homem possuía uma importância social muito maior: Ele era responsável por ir à caça - ou, posteriormente, às guerras - , exercer poderes políticos, etc.

A partir do século XII a mulher deixa de ocupar uma posição “diabólica” na mente masculina para, surpreendentemente, ser “endeusada”. Ela passa a ser cortejada e vista como um ser imaculado. Com inspiração na figura de Virgem Maria, a imagem feminina é aqui representada como um ser divino e celeste, dotado de todas as bondades e belezas. No entanto, a mulher ainda agia somente na esfera pessoal. Ela se voltava para a casa, a família e a harmonia doméstica.

Esta 2ª Mulher não possuía nenhum tipo de independência intelectual ou financeira, vivendo sua vida inteira em função do marido. Ou seja, ainda que muito cultuada por seus supostos “encantos divinos”, ela permanecia em um lugar depreciativo de submissão e dever ao conjugue.

É apenas com a chegada do século XX que acontecem as novas transformações na sociedade e na maneira como a mulher é percebida. Destas mudanças, nasce a 3ª Mulher. Assim como muitos, Lipovetsky acredita que esse seja o século das mulheres, já que é nesse momento que elas atingem uma condição de igualdade perante aos homens. Com o surgimento do Movimento Feminista no final do século XIX, elas dão início ao novo século lutando pelos seus direitos civis e contestando antigos papéis, procurando se colocar de uma maneira completamente diferente do que estavam acostumadas. Elas rompem com a ordem vigente e quebram inúmeros paradigmas. Com isso, a nova figura feminina se instalou nas sociedades ocidentais, desfazendo as amarras das antigas condições identitárias, se inserindo no mundo público através do trabalho e do estudo e conquistando direito ao voto e controle sobre o corpo e a reprodução. Dá-se então uma nova conotação à mulher, na qual nada mais é pré-ordenado por uma ordem estabelecida como natural e ela pode finalmente ser dona de si, se tornando a única responsável pelas suas próprias decisões. Mais que tudo, ela enfim tem voz e o poder de escolha que lhe foi negado durante séculos.

A desvinculação da mulher da vida doméstica, a inserção dela no mercado de trabalho, a possibilidade dos estudos, o direito ao voto e ao divórcio, a emancipação sexual e um enorme poder na decisão de compra foram apenas algumas das conquistas que a Terceira Mulher adquiriu durante o último século. Esses dispositivos e manifestações de independência conferiram à mulher a tão esperada paridade com os homens em um sentido mais amplo. De acordo com Lipovetsky (2000, p.288/289, cit in Nishida, 2006, p. 02), a concepção da mulher como protagonista da sua própria vida

provém de uma “nova cultura” que, “centrada no prazer e no sexo, no lazer e na livre escolha individual, desvalorizou um modelo de vida feminina mais voltada para a família do que para si mesma, legitimou os desejos de viver mais para si e por si”.

O filme *Abaixo o Amor* (Down with Love, no original), de 2003, estrelado por Renée Zellweger e Ewan MacGregor, retrata bem o comportamento e as atitudes da Mulher Feminista na época do auge do movimento. A personagem Barbara Novak é uma escritora feminista dos anos 60 que escreve um best-seller chamado "Abaixo o Amor". Se trata de um livro de autoajuda que propõe que as mulheres sejam totalmente independentes dos homens através da liberação sexual e emocional delas, que devem seguir 3 passos descritos em seu livro, com o objetivo final de separar o sexo do amor. Para a personagem, o amor tira o foco das mulheres dos seus objetivos de carreira e, conseqüentemente, do sucesso profissional. Barbara Novak crê que somente quando as mulheres aprenderem a separar o sexo do amor, elas poderão ter relações sexuais "à la carte", sem apegos emocionais. De acordo com ela, o caminho para alcançar a igualdade entre homens e mulheres seria equiparar os comportamentos sexuais, através de uma série de substituições - o chocolate no lugar dos homens e, posteriormente, o sexo ao invés do casamento.

A partir do conceito de Terceira Mulher, o autor do livro homônimo coloca uma questão: como é que a diferença se recompõe nesse mundo de igualdade? Se nos anos 60 elas tentavam apagar a feminilidade, de forma a se sentirem mais parecidas com os homens, na ânsia que isso lhes trouxesse igualdade de oportunidades, hoje elas nadam na contramão: a tendência atual é de reafirmação dessa feminilidade, outrora negada. Como exemplo, temos o fetiche que quase todas as mulheres têm com a lingerie sensual, basta vermos toda a magia e o sucesso em torno da marca Victoria's Secret no mundo todo. Mulheres com ótimas condições financeiras, trabalhadoras, inteligentes, cultas e que nada devem aos homens, costumam investir em peças sensuais cujos anúncios exaltam uma aura sexy, de poder feminino. Isso seria supostamente contraditório com a autonomia conquistada por elas, tendo em vista que a beleza feminina realçada por um conjunto sexy de calcinha e sutiã é objeto de desejo masculino, apoiando um padrão estético imposto pela sociedade, pela mídia e pelas indústrias da moda e da beleza.

Será mesmo que a sensualidade se contrapõe à autonomia? Quando a mulher usa sua sexualidade como um artifício para seduzir um homem, como representado por várias revistas e anúncios publicitários, elas estão se rebaixando? Isso faz com que ela se desvalorize ou ela pode ser sexy, sensual e ainda assim ser uma mulher independente e segura de si?

Na minha concepção, não se trata de sexismo, como muitas Feministas poderiam afirmar. A sensualidade é um complemento da autonomia. Também não se trata de exploração, pois a sensualidade aqui é auto-consentida. A mulher que sabe usar o seu corpo a seu favor não é uma mulher objeto, dependente dos homens ou que não se dá o valor. Pelo contrário: se ela souber dosar essa sensualidade na medida certa, significa que ela está de bem consigo mesma, que acredita em si e que tem uma autoconfiança invejável. Se não fosse assim, as mulheres estariam andando pelas ruas de camiseta largo, com as pernas e as axilas peludas, sem se importar com nada, como muitas feministas radicais acreditavam que fosse necessário, para lutar contra a hegemonia masculina no começo do século passado. As mulheres gostam de se sentir bonitas e sexys. Ser desejada é apenas uma consequência natural disso.

Já a feminista Angela McRobbie contesta veemente esta normalização do sexo e a valorização da sedução por parte da mulher. Ela critica as jovens que endossam a pornografia e o desejo delas de serem sexys para conquistar os homens. McRobbie diz que há uma contradição entre liberdade e subserviência nesse comportamento.

“[...] este novo sujeito feminino é, apesar de sua liberdade, chamado a permanecer em silêncio, conter as críticas para que pareça uma mulher moderna sofisticada. Na verdade, esta contenção das críticas é uma condição para sua liberdade. Há quietude e cumplicidade nas noções de ‘ser cool’ nas diferentes gerações e, mais precisamente, uma relação não crítica com as representações sexuais dominantes produzidas comercialmente que acabam por evocar ativamente hostilidade com posições feministas do passado ao invés de endossar um novo regime de significações sexuais baseado no consentimento, na igualdade, participação e prazer feminino, longe da política.” (MCROBBIE, 2006)

Acredito que essa posição seja um tanto quanto radical e chega até mesmo a dar pouco ou nenhum crédito às mulheres, por partir do pressuposto que elas não sabem fazer suas próprias escolhas e não tem consciência das suas atitudes, sucumbindo sempre à dominação masculina.

A Terceira Mulher quer a reconciliação com o papel tradicional da mulher e já não quer mais deixar absorver-se pelo trabalho. Ela quer ser respeitada, mas nem por isso precisa abdicar da sua feminilidade. Ela sabe que é diferente do homem e usa esses atributos essencialmente femininos a seu favor. Afinal, são exatamente essas diferenças que as direcionam a alcançar seus objetivos. Ela quer achar o meio-termo, o equilíbrio entre carreira e vida pessoal; entre uma mulher forte e independente, mas também um ser meigo que precisa de carinho. Em suma, a Terceira Mulher ou Mulher Pós-Moderna é a mulher real, de carne e osso, que trabalha, cuida dos filhos, estuda e ainda assim tem tempo para cuidar de si, com o objetivo de sentir sedutora, realizada e/ou desejada.

Durante muito tempo, após o surgimento do Feminismo, as pessoas foram levadas a acreditar em uma tendência de convergência dos sexos, de forma que os papéis sociais atribuídos a homens e mulheres tenderiam, naturalmente, a se tornar cada vez mais homogêneos com o passar do tempo. No entanto, Lipovetsky descarta esta hipótese, observando que o abandono das relações de dominação e a liberdade dos gêneros traçam um caminho para um outro desfecho:

“O futuro não vê desenhar-se a androginia e a confluência das normas de sexo, mas a continuação de todo um conjunto de papéis e funções ‘tradicionais’ reciclados pelos ideais individualistas. É a conjunção de blocos de tradição com o princípio do livre governo de si que constitui nosso novo horizonte.” (LIPOVETSKY, 2005, p. 74-75)

2.2.1. Um declínio do Feminismo tradicional

Com tantas conquistas femininas nas últimas décadas, logo ficou claro um processo de contra-ataque ao Feminismo, ainda que silencioso, com o objetivo de trazer novamente a mulher para um lugar de marginalização dentro da sociedade. Este fenômeno reacionário, chamado de Backlash pela jornalista americana Susan Faludi (2001), teve auge na década de 80 e desde então vem sendo muito reforçado pela mídia, que sutilmente nos leva a crer que as frustrações femininas são causadas exatamente pelas suas próprias conquistas. Ou seja, a mulher seria o sujeito escravizado por sua própria libertação. Desta forma, criou-se uma guerra não-declarada às Feministas, que têm sua imagem estereotipada pelos meios de comunicação como solteironas, solitárias e infelizes.

“Esse refluxo antifeminista proclama que as mesmas iniciativas que levaram a mulher a uma posição superior foram responsáveis por sua ruína. A

definição de um Backlash é, então, a de um movimento de hostilidade contra a independência feminina de forma a dificultar o progresso da busca pela igualdade de gênero.” (NUNES, 2010.)²⁷

No entanto, é exatamente o Backlash que serve de pontapé inicial para o que hoje é chamado de Pós-Feminismo, onde parte-se do princípio que todas as lutas pela equidade de oportunidades e direitos entre homens e mulheres são parte do passado e que a igualdade entre os gêneros já foi conquistada. Esta percepção foi contribuída pela disseminação das questões feministas na cultura popular ao longo dos anos 80, principalmente em revistas. A partir deste momento, passou-se a acreditar que o Feminismo tornou-se obsoleto, datado e redundante, não havendo mais a necessidade de lutas políticas. Essa desconstrução do Feminismo começa nos anos 90, em um momento de autocrítica e questionamento das reivindicações representacionais da Segunda Onda²⁸ do Feminismo.

Mas será mesmo que podemos nos dar o luxo de respirarmos aliviadas, vivermos a vida e usufruirmos das mesmas possibilidades que os homens? A realidade se mostra bem diferente: As disparidades salariais entre homens e mulheres são notórias. É sabido que elas ganham menos para desempenhar as mesmas funções. As mulheres também são minoria na política. De acordo com o IBOPE, em 2009 o Brasil contava com apenas 8,9% de mulheres no Congresso Nacional, cerca de 12% nas Assembléias Legislativas e 12% nas Câmaras Municipais. Nos deparamos a todo momento com a publicidade, que nos impõe um padrão de beleza inatingível e que não condiz nem um pouco com a vida normal que as mulheres levam. Elas estão sempre sobre vigília, sendo cobradas para aparentarem menos idade, menos celulite, menos barriga, menos rugas, menos cabelos brancos. Não podem relaxar ou deixar de se cuidar, nem por um minuto. Quanto à liberdade de ir e vir, ela também é ameaçada. As mulheres têm medo de andar na rua

²⁷ Disponível em <http://midiafefeminismo.blogspot.com/2010/06/faludi-e-guerra-nao-declarada-contras.html>. Acesso em 16/05/2011

²⁸ Feministas e estudiosos do movimento dividiram a história do Feminismo em 3 ondas. No final do século XIX, a Primeira Onda lutava pelos direitos civis, políticos e trabalhistas negados às mulheres. A Segunda Onda surge na metade do século XX, criticando o sexismo expresso nos costumes, na linguagem, nas relações íntimas, familiares e econômicas que, apesar das conquistas legais da primeira onda, ainda prejudicavam as mulheres. Já a Terceira onda (identificada como o próprio Pós-Feminismo por algumas correntes) é marcada por um olhar crítico sob o próprio movimento, questionando-o internamente. Surgida na década de 90, esta nova fase é uma reação às supostas falhas da Segunda Onda. As Feministas da Terceira Onda preocupam-se em modificar a forma como a cultura representa os gêneros em suas próprias práticas discursivas, que tendem a perpetuar a idéia da soberania masculina. Ficou marcada também pelo chamado *Feminismo da Diferença*, que acredita na existência de diferenças significativas entre os sexos.

sozinhas à noite, pois isso é quase um convite para a violência sexual. E, muitas vezes, são vistas como provocadoras dessa violência, como se estivessem de acordo com a prática pela simples maneira de se vestir ou pelas suas atitudes, quando são menos delicadas e mais decididas.

O que se vê, contudo, é um “fechar os olhos” da nova geração para os problemas que ainda atingem o gênero. Para McRobbie (2006), mais do que uma desconstrução, há uma repressão pelas jovens do novo século ao que fora chamado de Feminismo, um sentimento de repúdio. No final do século XX, elas já vinham começando a se distanciar de tudo que se relacionava com o movimento, por o acharem ultrapassado e inadequado ao contexto da época. Desta forma, o Feminismo enquanto movimento político passa a ruir aos poucos, em “um tipo de efeito feminista fantasmagórico” e sua existência “tem que ser banida e sepultada para que a ordem social possa ser novamente inteligível”. (MCROBBIE, 2006)

O ativismo e a identidade feminina passam a ser mais focados em áreas mais pessoais da experiência feminina. Elas exploram as diversas opções e encontram suas próprias formas de sentir prazer. Esse amplo leque de possibilidades contribui para uma concepção de que as mulheres agora poderiam relaxar e voltarem a ser mocinhas novamente.

Esse discurso pós-feminista fica bastante explícito em diversos produtos midiáticos, como filmes como O Diário de Bridget Jones (Idem) e séries como Sex and The City (MESSA, 2006) que mostravam os dramas e dilemas da mulher atual, seus sonhos, medos e inseguranças.

“O lar – e todas suas significações - passa a ser o grande inimigo da mulher contemporânea, embora ela, no silêncio de seu quarto, “sonhe” com ele, já que nem só de benefícios vive esta nova “pós-mulher”. Diante de tantas supostas mudanças e conquistas alcançadas, ela acaba inserida em um novo universo de ansiedades: tem medo da solidão, de não casar, de não ter filhos.” (Ibid, p. 23)

O Pós-Feminismo pode ser avaliado, então, como um “duplo enredamento” (MCROBBIE, 2006) onde valores neo-conservadores de gênero, sexualidade e vida familiar são mesclados com outros de liberação sexual, de relações domésticas e parentesco.

A despeito da liberdade de escolha usufruída pela mulher atual, a sociedade ainda impõe certos parâmetros que, sutilmente, pressionam essas escolhas, na medida em que definem o que é uma vida digna para a mulher de cada idade e constantemente a relembram dos riscos que ela corre: não encontrar o homem certo e “ficar para titia”; não casar; perder a chance de ter filhos devido à idade elevada; parecer mais velha do que de fato é, etc. São diversas questões que permeiam essa capacidade de gerenciar a própria vida, repleta de ansiedades que se contrapõem a sua auto-confiança sexual.

A grosso modo, pode-se dizer que as lutas políticas das feministas da primeira e segunda onda conquistaram mudanças em diversas instituições, permitindo que as mulheres mais jovens das novas gerações pudessem usufruir de toda essa independência:

“As jovens, como resultado, estão agora sem vínculos com as comunidades onde os papéis de gênero estavam estabelecidos. E, como as velhas estruturas de classes sociais desapareceram e perderam sua força no contexto da ‘tardia’ ou ‘segunda modernidade’, os indivíduos são chamados a criar suas próprias estruturas.” (MCROBBIE, 2006)

Como esse processo hoje é puramente individual, vemos as mídias se aproveitarem desta oportunidade para dar a assistência que presumem que as mulheres precisam nesta nova ordem social. Neste contexto, livros de autoajuda, canais de televisão focados 100% nas mulheres (como o GNT aqui no Brasil), consultores de estilo e bem-estar, entre outros, aparecem como soluções para redefinir os significados culturais. Apesar das conquistas femininas, elas se fascinam com esses produtos e os consomem, principalmente os tão controversos livros de autoajuda, que “geralmente as enquadram como um produto que precisa ser sempre aperfeiçoado”. (SGANZERLA, 2008, p. 36). É como se elas nunca fossem boas o suficiente.

A mulher se torna o grande público alvo do mercado global, já que todas essas mudanças que envolvem o gênero feminino ainda são muito recentes. Com isso, as mulheres se vêem sozinhas nesta nova dinâmica social. É exatamente este o insight que as grandes empresas e os meios de comunicação de massa utilizam para conquistá-las.

2.3. Amores, Relacionamentos e Romance

Estudar o fenômeno do amor é extremamente relevante na medida em que ele norteia as relações humanas, uma vez que é a base das interações sociais. Ele influencia as estruturas sociais onde se manifesta e, da mesma forma, é influenciado por elas, tendo um papel importantíssimo na definição sobre conceitos de ética e moral, que, por sua vez, contribuem na definição do que é desejável e apropriado. É a partir do amor que culturas e sociedades são organizadas. E como estamos estudando os manuais da conquista na literatura de autoajuda, a discussão sobre o amor se faz ainda mais necessária.

A percepção que temos hoje do que é chamado “Amor” nos dá a impressão de que tal sentimento é algo natural e está presente no mundo todo. No entanto, o amor do modo como o conhecemos não existiu sempre desta forma. Ele é uma construção histórico-social, que tem seu significado e valores alterados em diferentes contextos, épocas e civilizações. Assim sendo, as sociedades possuem diferentes crenças culturais sobre o amor que interferem diretamente na maneira como vivenciamos e interpretamos nossas experiências amorosas.

Por conta destas características, os estudiosos da psicologia social e da sociologia descartaram, ao longo do tempo, o fatalismo do determinismo pessoal e biológico do amor. O amor, como objeto de estudo científico tardio²⁹, é entendido como um produto social que transpõe perspectivas essencialistas e individualistas. Ao contrário: se configuram como estruturais e conjunturais.

“[...] O Amor aparece agora enunciado não como uma inevitável peça do destino (que especialmente no caso das mulheres tem criado constrangimentos tradicionalmente difíceis de ultrapassar), mas como uma teia de relações sociais de poder, cujas dinâmicas estão na origem da desigualdade, da discriminação e da violência.” (NEVES, 2007, p. 620)

A Modernidade, consolidada no mundo todo com a Revolução Industrial no início do século XIX, está intimamente ligada à racionalidade que dá sentido a todos os adventos físicos e sociais, em contraponto às questões místicas. A ciência deveria

²⁹ Antigamente, o amor era considerado misterioso e intangível, ou seja, não era passível de estudo. Só recentemente foram criadas teorias sobre o amor e estudos sobre sua importância nas relações interpessoais, principalmente entre casais. Novas linhas de pesquisa vêm sendo desenvolvidas para avaliar a influência de diferentes variáveis como gênero, classe social e etnia na emergência dos diferentes tipos de amor.

substituir os dogmas pelo saber. No entanto, apesar de razão e emoção serem essencialmente distintas, foi a partir da Modernidade que a idéia de Amor Romântico começou a ganhar força. (GIDDENS, 1993, p. 51). Os casamentos, até o final do século XVIII, eram geralmente movidos por interesses econômicos e políticos das famílias. Não eram fruto de paixão ou atração sexual, muito menos de um sentimento mais profundo, tanto é que a prática do “casamento arranjado” era bastante comum, assim como a idéia de que o amor nasce com o tempo e com a convivência.

Ainda assim, uma vez que esse amor surgia, ele era visto como um dever mútuo, responsabilidade dos maridos e das esposas, era um amor de companheirismo. “Entretanto, com a divisão das esferas de ação, a promoção do amor tornou-se predominantemente tarefa das mulheres.” (ibid, p. 54) Isso ocorreu principalmente pois, no final do século XIX, os homens começaram a sair de suas casas e deixaram de ser o centro do sistema de produção. Com isso, houve uma ruptura entre lar e local de trabalho, o que contribuiu para o desgaste da relação pai e filho e, conseqüentemente, alavancou o controle da mulher sob os filhos, que começaram a ser vistos como seres vulneráveis e que precisavam de um treinamento emocional a longo prazo. A mãe, por sua vez, começou a ter sua imagem idealizada, uma vez que a autoridade patriarcal foi substituída pela afeição maternal. (Mary Ryan apud Giddens, p. 53)

A construção da idéia de maternidade contribuiu para a propagação de alguns ideais e valores do chamado “Amor Romântico”, pois ajudou a organizar uma cultura familiar em que a mulher era responsável pelos cuidados do lar e da família, enquanto o pai era o provedor financeiro. As mulheres passavam a ter a maternidade, a feminilidade e a “natureza frágil” como qualidades intrínsecas ao gênero feminino.

O Amor Romântico era essencialmente um amor feminilizado, por isso mesmo, os seus ideais sempre afetaram mais as mulheres do que os homens. Algumas pessoas acreditam que ele foi criado pelos homens para encher a cabeça das mulheres com sonhos fúteis e impossíveis. Nas palavras de Giddens (1993, p.54), “as idéias sobre o amor romântico estavam claramente associadas à subordinação da mulher ao lar e ao seu relativo isolamento do mundo exterior”.

Mas antes que o sentimento do Amor Romântico surgisse, ele foi precedido por um outro tipo de amor: o Amor apaixonado ou “Amour Passion”. Este era caracterizado por uma urgência e marcado pela dificuldade em equilibrar as individualidades e

obrigações da vida cotidiana com o relacionamento entre as partes. O envolvimento emocional com o outro era invasivo, de forma que eles acabavam por se esquecer das atividades mundanas. Desta forma, os indivíduos estavam sempre propensos a radicalismos e sacrifícios. Por estas razões, o *Amour Passion* era visto com perigoso. Não é de se chocar que, também por estes motivos, ele tendia a ser efêmero.

Já o Amor Romântico pressupunha a duração eterna e se sustentava na idéia de “cara-metade”, ou seja, um encontro de almas entre duas pessoas que se completam, trazendo uma paz ao preencher um vazio que estava ali, à espera desta outra pessoa. O conceito básico está na questão da auto-identidade. Segundo Giddens (1993, p. 56), o indivíduo fragmentado se tornaria inteiro na presença deste outro. A busca por essa pessoa especial é longa e intensa, mas uma vez que haja o tão esperado o encontro desses dois, tão perfeitos um para o outro, cada um finalmente descobria sua auto-validade na presença deste outro ser, essencial para a sobrevivência. É também um amor de planejamento de um futuro compartilhado, se apoiando e idealizando o outro. Entretanto, diferentemente do *Amour Passion*, o Amor Romântico prezava a liberdade dos envolvidos e era, a princípio, para sempre.

2.3.1. A Co-dependência, o Relacionamento Puro e o Amor Confluyente

Já no século XX, no final dos anos 70, surge o conceito de co-dependência no campo da Psicoterapia. Inicialmente fora usado para descrever as pessoas cujas vidas eram afetadas por alguém dependente de drogas ou álcool. Estas pessoas consideradas co-dependentes foram definidas na época como indivíduos que buscavam (talvez inconscientemente) relações com pessoas problemáticas. Os co-dependentes o faziam por terem uma necessidade latente de controlar o outro, além de possuírem um caráter um tanto quanto masoquista.

Este conceito foi rapidamente aplicado ao campo afetivo, definindo como co-dependentes as pessoas que estabelecem relações em que ficam obsessivas em viverem a vida em torno das necessidades alheias.

A figura feminina retratada por Sherry em seus dois livros analisados nesta monografia é a típica mulher co-dependente sobre a qual Giddens discute. Ele se utiliza das palavras do psicanalista Kasl para definir como um indivíduo co-dependente

“alguém cuja identidade mais íntima está subdesenvolvida ou é desconhecida, e que mantém uma identidade falsa construída a partir de ligações dependentes de fontes externas” (Kasl apud Giddens, 1993, p. 105)

Este é o típico perfil da leitora de autoajuda no senso comum: aquela mulher que não sabe ser feliz sozinha, que não se conhece, que se define a partir do outro (em geral um homem, que lhe confere uma sensação de segurança ontológica³⁰) e que precisa desta outra pessoa para suprir suas carências. A mulher co-dependente é aquela que só se sente segura na presença de um outro (ou outros) indivíduo(s). Em geral, essa mulher tem baixa auto-estima e fica obcecada em encontrar um companheiro. Ela não domina seus sentimentos e se torna vulnerável demais, demasiadamente rápido.

“A organização da vida de alguém em torno da pessoa amada ao ponto de tornar inconcebível a sua existência sem o outro é uma forma de dependência semelhante à dependência de drogas ou álcool, cujo caráter destrutivo requer tratamento e prevenção.” (NUNES, 2009)

Como explicado pelo psicoterapeuta Rui Ferreira Nunes, esse comportamento compulsivo pode muitas vezes se assemelhar ao vício. Não por acaso, vemos surgir entidades como o grupo MADA³¹, que trata exatamente esse sintoma da Pós-Modernidade.

Ironicamente, é exatamente este tipo de mulher que costuma se envolver com os garanhões, namoradores que não querem compromisso. E a explicação para isso é muito simples: como a mulher co-dependente busca sua auto-afirmação através do outro, ela se torna obcecada pela idéia de salvá-lo, ou melhor, “convertê-lo”.

Pouco a pouco, esta mulher vai se anulando em prol dos interesses do homem amado, enquanto segue reclamando por não estar sentindo o mesmo empenho por parte do outro em contribuir para o sucesso do relacionamento. Muitas vezes, ela acaba inclusive se fundindo ao parceiro. Todos conhecem pelo menos uma história de algum casal cujos companheiros, de tanto estarem próximos, acabaram por se tornar uma pessoa só, deixando suas individualidades de lado. Desta forma, o relacionamento co-dependente sobe a um outro nível, que Giddens (1993, p. 102) chama de

³⁰ Giddens refere-se à segurança ontológica como um sentido de ordem e continuidade a respeito das experiências do indivíduo. Ele argumenta que isto depende da habilidade da pessoa de dar sentido a sua vida. O significado que é achado em experimentar emoções estáveis positivas e por evitar o caos e a ansiedade.

³¹ Mulheres que Ama Demais Anônimas. Site: <http://www.grupomada.com.br/>

Relacionamento Fixado, onde a própria relação é objeto do vício. Esta variação está intimamente relacionada à questão do hábito. As pessoas se tornam presas àquelas relações em que existe talvez uma rotina ou algum tipo de conforto dos quais não conseguem se libertar. Desta forma, por mais que não exista mais amor, os indivíduos se mantêm inertes na situação em que vivem.

Este comportamento passivo perante a um relacionamento falido vai contra à proposta do que o mesmo autor chamou de Amor Confluyente, cuja única obrigação para permanecer dentro de um relacionamento é o próprio amor. Os fatores que envolvem essa categoria de amor são negociados, barganhados. Diferentemente do Amor Romântico, ele não se propõe a ser para sempre, mas é “eterno enquanto dura”. Ele também é mais real do que o Amor Romântico na medida em que não se pauta pelas identificações projetivas e fantasias de completude.

O Amor Confluyente é definido pela busca de um *relacionamento especial*, onde a comunicação entre os indivíduos é completamente aberta e direta. Supõe franqueza, transparência, igualdade emocional entre os sexos e prazer recíproco. Uma vez que esses elementos acabam – ou simplesmente não são alcançados –, os indivíduos envolvidos se sentem livres para partir. Desta forma, dissolve as tradicionais obrigações e diferenciações de funções entre os parceiros amorosos, uma vez que a única condição de permanência dos parceiros é a força do sentimento que nutrem um pelo outro.

Este modelo de relacionamento viabilizado pelo Amor confluyente é chamado por Giddens de “*Relacionamento Puro*”, onde a confiança impera e ambos os lados estão dispostos a construir uma parte de uma narrativa compartilhada, que é centrada no compromisso, ainda que ele possa ser desfeito a qualquer momento por qualquer uma das partes. O pré-requisito aqui é a certeza de uma durabilidade, mas este tempo é indefinido e não necessariamente vai desembocar em um casamento. Ou seja, o matrimônio aqui não é uma condição natural ou uma garantia de que o relacionamento é pra sempre.

Vale ressaltar também que, diferentemente dos modelos antigos de Relacionamento, a relação pura não é afetada por padrões socialmente estabelecidos, se configurando como uma possibilidade de libertação do que por muito tempo foi culturalmente imposto. Também por este motivo, ela não está presente apenas nas relações heterossexuais.

No Relacionamento Puro, os indivíduos compartilham, reflexivamente, um contrato que consiste em direitos e deveres implícitos, que podem ser renegociados a qualquer momento. A base desse relacionamento democrático é o respeito mútuo. É através da reflexividade que estes indivíduos conhecem seus limites pessoais, preservando sua individualidade e autonomia, tão necessárias para este tipo de relacionamento.

O Relacionamento Puro parte do princípio que ambas as partes são independentes e iguais. Deste modo, a transparência e a confiança se configuram como essenciais para atingir o Amor Confluyente.

“A confiança implica a confiabilidade do outro – conferindo um ‘crédito’ que não requer uma verificação contínua, mas que, se necessário, pode ser aberto periodicamente para uma inspeção. Ser considerado confiável por um parceiro é um reconhecimento de integridade pessoal, mas em um ambiente igualitário tal integridade significa também revelar, quando solicitado, os motivos para as ações – e na verdade ter boas razões para quaisquer ações que afetem a vida do outro.” (GIDDENS, 1993, p. 209)

Com a evolução da intimidade e das relações afetivas, o Amor Romântico perdeu muito do seu espaço, como sugere Zygmunt Bauman (2004). A impressão é que o ser humano não se permite mais. No seu ponto de vista, os relacionamentos ganharam status de negócio, quase como uma transação, e sofrer por amor é “pagar mico”, ficou anacrônico. O que sobrou foram as migalhas que são distribuídas em troca de algo que valha a pena. É como se o sujeito falasse “Eu te dou um pouquinho de amor, mas primeiro quero saber o que você tem a me oferecer, pra avaliar se vale a pena”. E é exatamente isso que as mulheres *Manipuladoras* e *Poderosas* dos livros de Sherry Argov fazem: cercam o terreno de todos os lados, fazem um estudo sobre o local e desarmam as possíveis bombas. Se parecer seguro elas seguem em frente, mas nunca desarmadas. Elas vestem um escudo de proteção impenetrável e adentram, receosas. Sempre na pontinha do pé, como se a qualquer momento uma ameaça terrível pudesse surgir, deixando o seu coração em frangalhos.

“A definição romântica do amor como ‘até que a morte nos separe’ está decididamente fora de moda, tendo deixado para trás seu tempo de vida útil em função da radical alteração das estruturas de parentesco às quais costumava servir e de onde extraía seu vigor e sua valorização.” (BAUMAN, 2004, p.19)

No entanto, para este autor, por mais que tentemos nos proteger ou entender o fenômeno de se apaixonar, não há como ter controle sobre esse sentimento. Como, então, agir de forma tão racional como estes livros de auto-ajuda propõe, quando se está imerso nas dores e delícias de estar apaixonado? Ao comparar o amor com a morte, Bauman contesta este tipo de abordagem lógica expondo a imprevisibilidade de ambos eventos:

“Não se pode aprender a amar, tal como não se pode aprender a morrer. E não se pode aprender a arte ilusória - inexistente, embora ardentemente desejada - de evitar suas garras e ficar fora de seu caminho. Chegado o momento, o amor e a morte atacam - mas não se tem a mínima idéia de quando isso acontecerá. Quando acontecer, vai pegar você desprevenido.”
(ibid, p.17)

Para ele, também não adianta tentar estabelecer as razões desse acontecimento, apesar de ser uma tendência natural do ser humano querer extrair algum tipo de conhecimento dos antecedentes que levam ao amor. A ilusão de entender o que faz uma pessoa a se apaixonar por outra gera um conforto para o ser humano, pois o leva a crer que esses sentimentos são manipuláveis, ou seja, faz acreditar que o amor pode ser “imposto” com uma certa esperteza, e que, da mesma forma, pode ser evitado. Qualquer semelhança com as propostas de Sherry Argov não é mera coincidência. Neste contexto, qualquer livro que se propõe a ensinar técnicas de como conquistar um homem tem, no mínimo, um caráter duvidoso.

A Sexualidade Plástica advogada por Giddens, tão fundamental para a emancipação implícita no “Relacionamento Puro” e na reivindicação da mulher ao prazer sexual, ao libertar o sexo da função meramente reprodutiva, abriu caminhos e trouxe, sem dúvida, inúmeras vantagens para as relações íntimas. No entanto, para Bauman, trouxe também alguns efeitos colaterais. A sexualidade atual - que agora passou a um enquadramento social onde os elementos centrais são o desejo e o prazer – contribui para uma sociedade hedonista, onde os laços afetivos estão cada vez mais fragmentados, despersonalizados e desumanizados. Na nossa “Modernidade Líquida”, queremos tudo que é prático, rápido, embalado e pronto para o consumo. Desejamos o agora, o prazer imediato, tudo aquilo que é fugaz.

Porém, as relações humanas, em especial as amorosas, requerem tempo e dedicação. Amar é apostar, se esforçar a longo prazo. É necessário dar um “leap of

faith”. Ficar sempre com um pé atrás e agir com a cabeça, como sugerem os livros Argov, não têm espaço nesse mundo desconhecido chamado Amor. É preciso coragem e humildade, segundo Bauman. (2004, p. 22)

Contudo, se observarmos atentamente a sociedade ocidental atual, veremos que ainda existem vários resquícios de Romantismo. Para muitos, o amor ganhou tanta importância que deixou de ser um meio de acesso à felicidade para tornar-se seu atributo essencial. Uma prova disso é a própria infinidade de manuais de conquista e livros que falam sobre a busca do amor, além do que é retratado em filmes, novelas, revistas, etc...

Como explicado historicamente, esta expectativa é ainda mais alta quando se trata do gênero feminino. As mulheres, em geral, ainda esperam o príncipe encantado que irá surgir com buquê de rosas e arrebatará seus corações, levando-as a uma montanha-russa de emoções inesquecíveis e nunca antes experimentadas.

“Os discursos da aspiração à romanticidade parecem continuar a ecoar no pensamento coletivo e a propagar-se como legitimação para a sustentação da intimidade (signifique ela um contexto de paz ou de guerra). Os discursos genderizados sobre a intimidade e o amor romântico têm fortes implicações nas relações entre os sexos, porque, ao estarem imbuídos de concepções de poder desniveladas e legitimadoras de ações que visam garantir a continuidade do sistema patriarcal, tornam-se discursos de risco para as mulheres.” (NEVES, 2007, p. 621)

Em um contexto bastante diferente, os desejos românticos ainda emergem e o tal homem dos sonhos continua sendo idealizado de acordo com os ideais do romanticismo que foram assumidos durante séculos. A diferença é que agora este homem não chega em um cavalo branco. Mas, quem sabe, em um Audi A3?

CAPÍTULO 3 – MANIPULADORA E PODEROSA X BOAZINHA E MULHER CAPACHO

3.1. Os Livros

“*Por que os Homens se Casam com as Manipuladoras*” (PHCM) e “*Por que os Homens Amam as Mulheres Poderosas?*” (PHAMP) foram lançados no Brasil por duas editoras diferentes: O primeiro pela Editora Best Seller e o segundo pela Editora Sextante - esta especializada em livros de autoajuda.

Como subtítulo, PHCM utilizou “Um guia para deixar os homens a seus pés”, enquanto PHAMP usou 2 subtítulos, em diferentes edições: “Um guia para você deixar de ser boazinha e se tornar irresistível” e “Um guia para construir um relacionamento feliz”, o último com uma abordagem bem mais suave que o primeiro.

Em 2010, um ano depois do lançamento de PHAMP, a Editora Best Seller lançou uma Edição Revista³² de PHCM, desta vez com um título que é uma mistura dos nomes dos livros antecessores: “Por que os homens se casam com as Poderosas.” Trata-se do mesmo livro PHCM, apenas com a troca do termo “Manipuladoras” por “Poderosas”, e a inclusão de um capítulo com cartas de leitoras e dicas sobre como controlar melhor as emoções.

Meu intuito é fazer uma análise das idéias reveladas pela autora a respeito de diferentes temáticas que estão inseridas no contexto dos relacionamentos heterossexuais e desconstruir esses valores e normas comportamentais difundidos por ela, na busca de compreender de que forma esse discurso retrata e influencia na construção da subjetividade feminina, promovendo profundas mudanças de comportamento em suas leitoras.

É interessante perceber que os dois títulos de Argov utilizam “Por que” como termo inicial, revelando a intenção da autora de dar esclarecimentos e respostas às leitoras ansiosas por um compromisso sério. Nas perguntas que nomeiam os livros – “Por que os homens se casam com as manipuladoras” e “Por que os homens amam as mulheres poderosas?” – as ações do sujeito masculino são postas em discussão. Os títulos questionam as razões para a escolha de

³² Nesta Edição Revista da Best Seller, curiosamente, a capa do livro é muito similar à do livro da Sextante. (Vide Anexo D)

uma mulher em detrimento de outra. Também revelam um caráter misterioso e quase indecifrável do gênero masculino.

3.1.1. “Por que os Homens se Casam com as Manipuladoras – um guia para deixar os homens a seus pés” (PHCM)

O livro “**Por que os Homens se Casam com as Manipuladoras**” de Sherry Argov é a tradução do livro americano “Why Man Marry Bitches - A woman’s guide to winning her man’s heart”, lançado em 2006 nos EUA. No Brasil, o livro foi traduzido e editado pela Editora Best Seller, em 2008.

A capa do livro nos mostra uma mulher de aparência elegante, bastante séria, com uma expressão nada receptiva. Atrás dela, vemos dois homens bem arrumados que olham em sua direção, como se estivessem a paquerando.

O livro toma como base os “75 Princípios de Relacionamento”, criados pela própria autora, nos quais toda mulher deveria se espelhar. Nas 253 páginas divididas em 7 capítulos, Sherry discorre sobre as questões que envolvem as mulheres e os relacionamentos na atualidade, de uma forma bastante direta e sarcástica. Ela se propõe a “ensinar” como uma mulher deve recuperar seu senso de independência e como deve se portar para irradiar auto-confiança, de forma a conseguir o amor e respeito que merece.

Até aí, estamos de pleno acordo com as solidárias propostas de Argov. Mas ousadas mesmo são as descritas na orelha do livro, onde ela afirma que dará à mulher as soluções para convencer um homem a assumir um compromisso sério e fazer com que ele a peça em casamento, sem que ela diga nenhuma palavra. Não há como negar que tais enunciados são bastante tentadores aos ouvidos das mulheres.

Logo na introdução, Sherry avisa: “Não é, nem de longe, um livro que vai sugerir que você está incompleta até encontrar sua ‘cara-metade’”. Nesta frase, ela já adianta algo que será percebido durante todo o livro: essa mulher *Manipuladora* da qual ela se apropria não precisa de um homem para ser feliz. Contudo, alguns poucos segundos de reflexão nos fazem pensar o seguinte: Se essa mulher é tão independente, por que ela iria comprar um guia para aprender a conquistar um homem? Em outras

palavras, se ela não precisa de um homem para ser feliz, por que precisaria de um livro que sugere técnicas de como deixá-lo aos seus pés? Veremos, mais a frente, como o livro se perde no propósito inicial dele. Ao invés de incentivar à mulher a ser forte e auto-confiante, ela acaba fazendo justamente o contrário, atuando de acordo com os interesses masculinos.

O objetivo do livro, segundo a autora, é ensinar às mulheres como não agir de forma desesperada em relação a um relacionamento sério ou casamento, cultivando sua vida própria, seus outros objetivos, etc. Ela também se propõe a revelar como os homens realmente pensam, o que as ações deles significam, como ele espera que as mulheres reajam e como, de fato, as mulheres devem reagir. “E não é o mesmo papo furado que você leu em outros livros de relacionamento” (p. 17), declara.

Ela esclarece o que quer dizer com o termo “*Manipuladora*”, explicando que não se trata do sentido negativo da palavra, como alguém perversa, mas sim alguém decidida e que não abre mão do que quer. Nas palavras de Sherry:

“Eu o uso para descrever a mulher forte que tem identidade própria e que se sente segura em relação a quem é. Ela fica bem feliz em dar “espaço” a ele, porque também gosta de ter o seu. Sabe muito bem o que pode ou não pode aceitar. Ela recua diante do menor sinal de desrespeito, e isso faz com que seja mais interessante para o homem, não menos. Esta é a mulher com quem ele sonha se casar.” (p. 16)

O livro usa alguns recursos gráficos interessantes. Um deles é um retângulo com o título “uma página do manual masculino”, que a autora utiliza para elucidar o que os homens geralmente pensam sobre determinado assunto. PHCM é composto pelos seguintes capítulos:

- 1- Jogue fora o manual
- 2- Faça com que ele corra atrás de você... até que você o conquiste
- 3- O sol nasce e se põe dentro da cueca dele
- 4- Cutucar as feridas femininas: antiga tradição masculina
- 5- Procurado: Sr. Paga-Tudo
- 6- Invadindo o Clube do Bolinha
- 7- Do “talvez” para o “aceito”

O nome do primeiro capítulo já é interessante por si só. Um manual que diz “jogue fora o manual”, inevitavelmente, causa um certo estranhamento. O subtítulo do capítulo é “Por que é a mulher forte que conquista o coração masculino”. E é basicamente esta idéia que ela apresenta e defende no início do livro. Se pudéssemos resumir, poderíamos dizer que esse capítulo apresenta o modelo de mulher ideal em que Sherry acredita: segura, decidida, confiante e que, acima de tudo, se dá o respeito. A autora contesta alguns mitos com os quais as mulheres estão acostumadas: “Você tem que ser perfeita”, “Você tem que ser o brinquedinho sexual dele” e “Você tem que ser qualquer coisa que ele deseje”. Podemos citar algumas passagens interessantes que se contrapõem a esses 3 mitos:

- “Quando um homem conhece uma mulher que parece perfeita demais, amável demais ou agradável demais, sua tendência é entediar-se com muita rapidez.” (p. 28)
- “Se você utilizar o sexo para agarrá-lo, garantirá contato imediato e fará com que ele anote seu nome na lista negra dele. Mas não vai conseguir o véu...a aliança...e o jogo de panelas antiaderentes.” (p. 37)
- “No início, o cara pode perguntar para a mulher do que ela gosta. A boa moça comete o erro de dar os ombros. ‘Gosto de qualquer coisa que você gostar. Tanto faz...não sou fresca.’ Ela acha que está sendo atenciosa, mas a imagem que passa é a seguinte: ‘Aceito você de qualquer jeito se for preciso...mesmo que você só me dê migalhas.’ (p. 42)

No segundo capítulo, Sherry começa a propor os meios para conseguir um compromisso sério. Ela afirma que o instinto masculino é de perseguir as mulheres e que, por este motivo, quanto menos certeza eles tiverem do quanto elas gostam deles, maior o desafio: “A partir do momento em que ele se assegura de que você está *totalmente entregue*, 100% ligada nele, não há mais nada de excitante a seu respeito.” (p. 49) Desta forma, a melhor “estratégia” para a mulher seria demonstrar que gosta, mas que não está tão loucamente desesperada para ficar com ele. E isso significa não tocar nas palavras “compromisso”, “namoro”, “casamento” ou “filhos”, pois isso afugentaria os homens. Ela segue rechaçando qualquer tipo de cobrança no começo da relação ou conversas sobre o futuro:

“Quanto menos você perguntar, mais ele vai se abrir. Todas as negociações têm de ser 95% não-verbais e 5% verbais. Você tem de agir como se ainda o estivesse conhecendo, e que assumir compromisso não está, de jeito algum, em seu radar.” (p. 56)

Ainda neste capítulo, ela apresenta uma tabela onde elenca, em itens, o que a mulher deve fazer de forma a “parecer desavisada e deixá-lo com a impressão de que ele controla tudo” (p. 61), já que essa é a tática ideal para que o homem baixe a guarda e não sinta que está perdendo a sua “masculinidade”. O título desta tabela é “Como convencê-lo de que ele é *quase* um vencedor” (Idem). A idéia aqui é tornar a mulher um desafio, para que o homem reflita sobre “o que deve fazer para agradá-la e conquistá-la” (p.62)

O capítulo 3 aborda a temática sexual, utilizando recursos gráficos bastante didáticos para exemplificar o que os homens pensam sobre o assunto, quais são os truques dele para chegarem ao seu maior objetivo (levar a mulher pra cama) e o que ela deve fazer para frear os avanços masculinos e conquistar a possibilidade de um relacionamento.

“Todo homem gosta de se iludir, acreditando que ele (em todo seu esplendor) é quem vai apresentá-la ao maravilhoso mundo do sexo. Será ele a ensinar a você algo novo. E você também nunca vai ter tido um orgasmo antes de conhecê-lo. Então, quando você sugere posições de que ele nunca ouviu falar, ele sabe que você já foi ‘ensinada’. Então, fica pensando: ‘Por que vou querer fazer truques ensinados por outro cara?’.”

Quando ele acha que você pode ser mais rodada no quesito sexo do que ele, automaticamente começa a pensar em ‘curto prazo’, e não em longo prazo.” (p. 86)

Sherry afirma que os homens gostam de mulheres que sejam naturais na cama, que não sejam forçadas, que tenham auto-confiança e que demonstrem estar tendo prazer. Mas ela também diz que a mulher não deve passar a impressão de ter muita experiência sexual, para não assustá-los. Convenhamos que seguir os dois conselhos ao mesmo tempo é um tanto quanto complicado, afinal, ou você é natural e se entrega ao momento ou você finge ser quem não é para agradar.

Ao final deste capítulo, ela monta um roteiro com um passo a passo do que fazer após a 1ª vez com um homem. Ela sugere que a mulher faça exatamente o contrário do que o homem espera: “Mantenha-se ativa. Não atenda o telefone sempre. Se ele ligar e você estiver ocupada, diga que ligará mais tarde. Ocupe-se com a própria vida. Não esteja disponível sempre que ele quiser vê-la na última hora” (p. 108). Desta forma, a mulher estará dando uma leve golpeada no ego masculino e fará com que o quanto achei.” (Idem)

O capítulo 4 fala das atitudes tomadas pelos homens para irritar as mulheres de propósito. Sherry diz que eles fazem isso para testar o respeito e amor próprio dessas mulheres. É com essas provocações e ultrapassando os limites que eles percebem o quanto uma mulher é corajosa, determinada e o quão importante ele é pra ela. Segundo a autora, é a reação da mulher – pouco emocional e muito racional – que vai determinar o sucesso e o futuro da relação, conforme esclarece no Princípio de Relacionamento N° 39: “Quando uma mulher reage de maneira emocional, os homens conseguem três coisas: atenção, controle e sensação de importância.” (p. 119). Quando um homem testa uma mulher, ele estaria tentando descobrir o quanto aquela mulher pode ser levada a sério, o quanto ela consegue “segurar as pontas”, ao invés de ter uma crise. Argov acredita que o melhor a fazer é agir com indiferença, pois “quando ele vê que você não pode ser manipulada, passa a considerar uma relação séria com muito mais intensidade”. (p. 134)

A independência financeira feminina é o tema do capítulo 5, que versa sobre como uma mulher que tem seu próprio dinheiro e sua independência é algo atraente para os homens, uma vez que eles não se sentem pressionados a bancar essa mulher. “Quando ele sente que você não pode ser ‘comprada’, é nesse momento que ele vai pensar em casamento.” (p. 151) Ela reforça sua opinião dizendo que os homens logo percebem a mulher interesseira e a que realmente gosta dele pelo que ele é. Eles detestam ter que cuidar de uma mulher como se fossem seu próprio pai, tendo que pagar suas contas porque ela não é capaz de subir na vida pelos seus próprios méritos. Apesar disso, Sherry abre os olhos das mulheres para os homens que não estão dispostos a fazer gentilezas e se preocupam demasiadamente com o dinheiro, conforme instituído no Princípio de Relacionamento N° 60: “Um homem confortável financeiramente mas que é mão-de-vaca, não está disposto a dar – nada. Não deseja lidar com a inconveniência de perder tempo, de compartilhar uma gaveta – muito menos uma casa inteira e uma vida juntos.” (p. 173)

O penúltimo capítulo é um compilado de supostos segredos altamente sigilosos sobre a ala masculina, revelados por homens de diferentes nacionalidades, classes sociais e idades, solteiros e casados, que foram entrevistados pela autora. Eles falam sobre mentiras que os homens contam, o tipo de mulher que os homens gostam, as atitudes masculinas que revelam que o relacionamento não está caminhando para lugar nenhum, sexo, casamento, entre outros assuntos.

O último capítulo talvez seja o mais aguardado pelas leitoras. Ele tem a pretensão de guiar a mulher para que ela consiga fazer com que o homem a peça em casamento e fique na palma de sua mão. O primeiro princípio de Relacionamento (Nº 69) deste capítulo já explica o que *não* se deve fazer: “Você tem muito mais chance de ser pedida em casamento se o homem não se sentir pressionado a tomar essa atitude.” (p. 213). Para Sherry, somente após 1 ano de relacionamento é que a mulher pode começar a pensar em tocar no assunto casamento (mas sem nunca falar essa palavra), tudo com uma abordagem bastante sutil, sem reclamações e sem chantagens emocionais. Se muito tempo se passou e ela ainda não ouviu o tão sonhado pedido, é hora de averiguar se está prestes a obter o que deseja. Segundo Sherry, “quando a manipuladora transmite a mensagem, *com sutileza*, que *não* vai ficar esperando para sempre, começa a negociação, como ocorre em qualquer outro tipo de transação.” (p. 216) Caso ela sinta que as coisas não estão progredindo, deve se afastar e dar indiretas a respeito do rompimento da relação. Se não funcionar, por mais doloroso que seja, a mulher deve partir de vez, sempre com classe e segurança, sem apelar.

3.1.2. “Por que os homens amam as mulheres poderosas? – um guia para você deixar de ser boazinha e se tornar irresistível” (PHAMP)

O livro “**Por que os homens amam as mulheres poderosas?**” é a tradução do livro americano “Why Man Love Bitches - From Doormat to Dreamgirl - A Woman's Guide to Holding Her Own in a Relationship”, também de Sherry Argov. Lançado em 2006 nos EUA, PHAMP foi escrito antes de PHCM. No Brasil, no entanto, o livro foi traduzido e editado pela Editora Sextante, em 2009, um ano após PHCM ter sido lançado.

A obra é, basicamente, uma continuação do primeiro livro. Na verdade, os temas tratados são exatamente os mesmos, apenas um novo jogo de palavras é usado. Talvez haja uma diferença – quase imperceptível – no foco. Enquanto PHCM fala mais sobre formas como induzir o homem a um compromisso sério que culminará em um casamento, usando estratégias de manipulação, PHAMP se atenta mais às questões relacionadas à auto-estima e ao respeito da mulher por si mesma. É como se PHAMP, apesar de ter sido lançado após PHCM (ao contrário do que foi feito nos EUA), fosse um manual para iniciantes. Ele supostamente ensinaria à mulher a recuperar as

qualidades femininas essenciais que os homens admiram, enquanto PHCM incentiva à mulher a usar as estratégias para conquistarem o coração de um homem de vez. O discurso é muito similar, mas talvez PHAMP seja só um pouco menos malicioso e agressivo.

A capa do livro nos mostra uma bota feminina de salto que ocupa toda a altura da página e um homemzinho segurando uma rosa, olhando pra cima. Pode-se inferir desta estética um caráter de submissão do homem perante a esta mulher imponente. A própria bota da mulher nos remete ao mundo sado masoquista. A diferença de tamanho entre a mulher o homem é gritante e o fato dele estar olhando pra cima revela que a mulher é quem manda na relação e cabe ao homem somente agradá-la.

Sherry constrói sua narrativa a partir dos “100 Princípios da Atração”, que nada mais são do que uma readaptação dos Princípios de Relacionamento do outro livro. Alguns são muito semelhantes, como os exemplos abaixo:

- *Princípio da Atração Nº 14: Se você o sufocar, ele vai se colocar na defensiva e procurar uma rota de fuga para proteger sua liberdade.*
- *Princípio de Relacionamento Nº 15: Quando um homem se põe na defensiva, não se apaixona nem cria laços. A única maneira de fazê-lo se envolver consiste em fazer com que ele baixe a guarda primeiro.*
- *Princípio da Atração Nº 10: Quando uma mulher não se entrega facilmente e não mostra dócil ou submissa, conquistá-la é mais estimulante.*
- *Princípio de Relacionamento Nº 19: Não há nada que um homem valorize mais do que algo que ele precise esperar, para o qual precise se esforçar ou que precise lutar um pouco para conseguir.*
- *Princípio da Atração Nº 88: Quando você muda a rotina, o fato de não estar sempre à disposição o faz correr atrás de você. Os homens não reagem a palavras, e sim à falta de contato*

- *Princípio de Relacionamento nº 68: Sempre que o tédio se instalar, simplesmente acabe com a rotina. Assim que a rotina mudar, o interesse dele se reacenderá e a relação voltará a ficar interessante.*

A autora se utiliza de recursos gráficos similares àqueles presentes em seu primeiro livro. Várias tabelas ilustram suas idéias através da comparação de um certo tipo de mulher, ou certo tipo de atitude, em detrimento a outro. Abaixo, coloco como exemplo uma “tabelinha da valorização”, onde ela contrapõe diversas situações que determinam se a mulher se valoriza ou não.

“NÃO SOU SUFICIENTE E ME DESVALORIZO”	X	“SOU SUFICIENTE E ME VALORIZO”
Ela telefona muitas vezes e deixa recado na secretária: “Por favor, me ligue de volta.”		Ela retorna a ligação quando está disponível.
Ela está disponível a qualquer momento.		Ela o encontra quando deseja e quando acha conveniente.
Antes mesmo de conhecer bem o homem, ela deixa claro que seu objetivo é um relacionamento sério.		Ela sai para se divertir e não faz promessas a um homem que é praticamente um estranho.
Quando ele liga, ela pergunta, irritada, por que não telefonou antes.		Quando ele liga, fica curioso para saber onde ela está e por que não chegou ainda.
Ela vai ao encontro dele onde quer que ele esteja.		Ele sente o maior prazer em ir buscá-la em casa quando vão sair.
Ela pergunta: “Quais são suas intenções comigo?”		Ela deixa o relacionamento acontecer naturalmente, sem se preocupar com o futuro.
Ela fala sobre ter filhos.		Ela sonha fazer uma viagem.
Ela quer saber tudo sobre a ex-namorada dele.		Quando ele fala da ex-namorada, ela fica entediada.
UMA = CAPACHO		OUTRA = MULHER DOS SONHOS

Da mesma forma, ela apresenta outros quadros onde compara o que a mulher fala e o que o homem ouve (p. 43); as diferentes maneiras de pensar entre os gêneros em relação a um mesmo fato (p. 22); o que ele pensa e o que ele realmente diz (p. 84); a boazinha em contraponto à poderosa (90 e p. 173), entre outros. De diferente, Sherry

introduz um simples teste onde sugere que a mulher responda a uma série de perguntas de forma a descobrir se ela se encaixa no perfil da *boazinha*.

O sarcasmo da autora fica explícito em algumas partes do livro destacadas pela cor de fundo (cinza) diferente do resto do livro (branco). Em uma crítica à preocupação excessiva das *boazinhas* com seu desempenho na cama, ela apresenta um manual de “Como fingir um orgasmo” (p. 62). Em outro momento, ela usa um “Guia fácil sobre como julgar a culpa nos outros” (p. 112 e 113) para ilustrar como os homens agem quando se sentem intimados a participar de uma discussão de relacionamento, a qual tanto detestam e resistem. Neste guia, ele descreve quais as táticas masculinas para inverter os papéis de culpado/vítima.

Na introdução do livro, a autora avisa que se trata de um “guia de relacionamentos destinado às mulheres boazinhas” (p. 7) Da mesma forma que ela faz com o termo *Manipuladora* em PHCMP, ela esclarece a que tipo de mulher se refere quando usa o termo *Poderosa*:

“Não se trata daquela figura tirânica, dominadora, arrogante e dona da verdade que todos detestam.

A mulher que descrevo é amável porém decidida. Ela sabe quem é, conhece seus pontos fortes e fracos e gosta da própria companhia. Ela não abre mão da sua vida e se recusa a correr atrás de um homem, por mais que se sinta atraída por ele. Ela não permite que ninguém tenha controle total sobre ela e sabe se defender quando os outros passam dos limites.” (p. 7)

Ainda na introdução, ela insere a noção de “desafio mental”, que tanto estimula os homens e faz com que eles se envolvam em uma relação. Como os homens não jogam às claras, Sherry se propõe a desvendar e revelar as respostas para alguns mistérios masculinos. “Este livro trata daquilo que os homens *nunca* comentam” (p. 8) é o esclarecimento que ela dá para explicar do que fala o livro, e busca justificar a importância da obra pois “*existem coisas que um homem nunca revela à sua parceira.*” (idem)

A autora, apesar de defender essa postura de mulher poderosa, confessa que até essa mulher tem seus momentos de fraqueza. Mas a diferença é que ela reconhece suas vulnerabilidades e aprende a administrá-las.

PHAMP É um pouco menor em número de páginas do que PHCM e se divide em 10 capítulos:

- 1- De capacho a mulher dos sonhos
- 2- Por que os homens preferem as Mulheres Poderosas
- 3- A loja de doces
- 4- A falsa ingênua
- 5- Fazendo acrobacias como um cãozinho amestrado
- 6- Chega de resmungar
- 7- O livro secreto de estratégias do outro time
- 8- Mantendo seu certificado de propriedade
- 9- Como renovar o desafio mental
- 10- Edição revista e melhorada da mulher poderosa

No primeiro capítulo, Sherry define o conceito de mulher boazinha, exemplifica suas atitudes e revela como elas afastam os homens. Esta mulher é aquela que faz de tudo para agradá-los, de forma a manter o relacionamento a qualquer custo. A *boazinha* acredita que quando mais se esforçar, mais o conquistará, e não percebe que o efeito que ocorre é exatamente o contrário. Quando ela se excede nos agrados logo que começa a sair com um homem, ela se desvaloriza aos olhos dele, se mostra “desesperada”. Assim, ele perde o respeito por essa mulher, bem como o desejo de ficar com ela. Deste modo, começa a testá-la para descobrir o quanto pode exigir da moça.

Segundo Argov, os homens não se sentem desafiados pela *boazinha* porque ela não mede sacrifícios para impressionar. Tudo vem muito fácil, sem grandes investimentos por parte dele, o que passa a impressão de que ele não teve que se esforçar para conquistá-la. O capítulo fala muito sobre valor, disponibilidade e o tal “desafio mental”, que ela define da seguinte forma: “O desafio mental tem muito mais a ver com a atitude do que com a conversa. Geralmente, a mulher que se faz respeitar e que demonstra não ter medo de viver sozinha constitui um desafio mental muito mais instigante.” (p. 13)

Com base nessa idéias, Sherry critica a mulher que sufoca o homem, que cobra atitudes e se mostra desamparada e indignada com possíveis modos de agir dele, pois isso dá uma sensação de controle ao homem e revela o quanto a mulher é

carente/dependente. Sherry repete algumas vezes que não se trata de um joguinho de conquista e sim de auto-estima e dignidade, afinal, são esses atributos que atraem o homem. No entanto, ao repetir tantas vezes a palavra *desafio*, a autora, na verdade, expõe a forma como trata as relações amorosas, como um eterno jogo de “presa e predador”, nos levando a uma interessante discussão: Essa fase um dia acaba? E o que acontece quando essas máscaras caem? É consensualmente inviável imaginar uma mulher que depois de 20 anos de casada ainda tenha que medir suas atitudes com muito cuidado, por medo de perder o homem.

Ao final deste capítulo (p. 25), Sherry elenca as 10 características que definem a mulher *Poderosa*, a saber:

- 1- Ela mantém a própria independência
- 2- Ela não corre atrás do homem
- 3- Ela é misteriosa
- 4- Ela deixa espaço para que ele sinta saudade
- 5- Ela procura resolver os próprios problemas
- 6- Ela mantém o controle
- 7- Ela não perde o senso de humor
- 8- Ela se valoriza
- 9- Ela tem paixão por outras coisas além dele
- 10- Ela trata o próprio corpo com gosto e entusiasmo

No capítulo 2, Sherry fala do caráter competitivo dos homens. Por este motivo, eles amam a “excitação da conquista”. Todo esse processo é justamente o que há de mais interessante para o homem. “A mulher, em geral, caminha para chegar a um destino: um compromisso. Já o homem acha mais divertido o *percurso* para chegar ao destino.” (p. 28). Caberia à mulher, então, estimular e prolongar essa etapa, para que o homem se envolva cada vez mais, dando espaço a ele e mostrando que é uma mulher auto-suficiente, bem resolvida, de opinião própria. Assim, a autora sugere que a tal mulher *Poderosa* é aquela não se entrega facilmente, que não deixa o homem perceber que ela já está totalmente conquistada.

Para elucidar suas idéias, Sherry compara a mulher *Poderosa* e a *Boazinha* em diferentes situações. “As diferenças apontadas nessas situações têm menos a ver com a maneira como você *o* trata e mais com o modo como trata a *si mesma*.” (p.31)

A principal tática sugerida pela autora nesse capítulo é não estar sempre disponível ao homem. Além disso, a mulher não deve ceder frequentemente para agradá-lo, pois isso ajudaria a estabelecer um padrão em que ele se sentiria demasiadamente confiante.

Outra questão que ela coloca no capítulo é a respeito do homem que mantém a mulher no “banco de reservas”. Este tipo de homem é aquele que espera que a mulher estará sempre disponível e pronta para encontrá-lo a qualquer hora do dia ou da noite. Ele a chama quando não encontrou nada mais interessante para fazer e, desta forma, não age com o mínimo sinal de respeito a ela. E como a mulher deve agir quando um homem a desrespeita desta forma? Para Argov, a mulher poderosa dá o troco, mas com classe. Ela tem malícia e coloca esse homem em seu devido lugar.

“Repito: A mulher poderosa é gente boa. Ela é doce como um pêssego. Mas dentro de cada pêssego doce existe um caroço duro. Ela não se dá o trabalho de se explicar quando um homem lhe falta com respeito. Não é possível construir um relacionamento saudável com alguém que nos trata com rudeza. Um homem de qualidade não deseja uma mulher que se deixa pisar. Não há nada de errado em impor algumas condições.” (p. 36)

O capítulo deixa claro que a *Poderosa* não entra de cabeça numa relação, ela vai com cuidado, sempre usando a razão. Segundo Sherry, “o amor incondicional é realmente lindo, mas, antes de se entregar a ele, estabeleça os termos que considera importantes para o relacionamento.”(p. 38). Em outras palavras, seria como um contrato pré-nupcial, só que velado. Mais além, também explicita a opinião da autora com relação a como os homens encaram a idéia de um relacionamento:

“Deus a livre de deixar escapar na frente dele as palavras *relação* ou , pior ainda, *compromisso*. Socorro, chame a polícia! Ele logo vai concluir que você quer agarrá-lo e ter filhos. Nem pense em ficar empolgada ao ver um bebê fofinho. O trauma será terrível. Ele terá pesadelos e vai achar que precisa urgentemente de um método anticoncepcional mais seguro.” (p. 42)

O capítulo 3 fala sobre sexo. Numa analogia a um *plano de jujubas a prestações*, a autora aconselha suas leitoras a darem um pouquinho de cada vez. Desta forma, elas estariam se valorizando e se enquadrariam na categoria “Mulher que vale a pena”. Ela garante que tal estratégia eleva as chances de um homem se apaixonar.

“Em geral, há duas coisas que uma mulher pode fazer para que um homem fique perdidamente apaixonado por ela. A primeira é apelar para a

imaginação sexual dele. A segunda é esperar um pouco antes de ir pra cama com ele. Isso nos leva à teoria da 'loja de doces': *Não entregue a loja de doces inteira. Dê uma jujuba de cada vez.*" (p. 50)

O capítulo é quase uma aula de como manter o interesse masculino, fazendo ele esperar pelo sexo, ao se aproveitar do caráter possessivo dos homens, que gostam daquela sensação de "explorar terras onde poucos estiveram" (p. 53). Para embasar sua opinião, Sherry aponta as diferenças entre ser sedutora e vulgar. Enquanto a primeira atrai o homem e faz com que ele fique instigado, a segunda até atrai em um primeiro momento, mas logo repele.

A autora também crê que há diferenças básicas entre homens e mulheres em relação a sexo: enquanto para ele, a relação sexual é a finalidade, o objetivo principal; para a mulher, o sexo é o meio ou a forma de manipulação para se chegar aonde ela quer: um compromisso. Ela, em geral, consegue o que quer quando habitua o homem a tratá-la com respeito e consideração, a investir nela, mostrando que não se trata de qualquer uma, mas alguém diferente, especial. E ela faz isso indo bastante devagar quando o assunto é sexo.

"*A Falsa Ingênua*", 4º capítulo do livro, trata os homens como criancinhas mimadas e sensíveis que não podem ser contrariadas, pois são pouco desenvolvidos emocionalmente, extremamente suscetíveis a críticas que possam ser consideradas uma desvalorização de suas capacidades. Mas ao invés de reprimir esse fato, Sherry propõe que as mulheres andem no compasso do ego masculino. Portanto, se queremos alguma coisa, não podemos bater de frente com eles e expor claramente nossa opinião.

"As palavras que sempre agradam a um homem são: *Você tem razão*. Já que nunca vai convencê-lo do contrário, não se dê ao trabalho de tentar. Quando discordar, comece dando-lhe razão e só então diga: 'Mas você não acha que...?'"

Deixe que ele tenha *razão*. E fique com a sua esperteza. Esse é exatamente o motivo que leva a mulher poderosa a deixar o homem pensar que tem o controle. Quando reforça o sentimento de poder masculino, você recarrega as baterias de seu parceiro e lhe dá aquilo que deseja, sem que ele *perceba*." (p. 67)

Seguindo a mesma linha de raciocínio, ela também estimula as mulheres a exaltarem a masculinidade de seus parceiros, massageando o ego deles. Elas não podem, de jeito nenhum, parecer mais fortes ou mais corajosas que seus parceiros, pois isso fere a sensação de macho alfa desses seres tão viris, mas tão sensíveis. Argov sugere que as

mulheres se finjam de incapazes para que os homens as queiram proteger e não se sintam numa competição com elas. Ou seja, as mulheres devem, conscientemente, parecer *menos* que eles, para que eles possam se sentir os poderosos. Ela ainda dá uma lista de “dicas para fazê-lo se sentir um ‘garanhão’”. Dar poder aos homens e elogiá-los efusivamente seria a arma secreta para conquistar a harmonia conjugal.

Neste mesmo capítulo, Sherry fala sobre estimular a generosidade masculina e formar bons hábitos no começo da relação, pois eles determinarão o comportamento dos homens no futuro do relacionamento. Ela também destaca que a mulher, em hipótese alguma, deve ficar discutindo a relação, pois isso desgasta e raramente leva a alguma solução. “Os homens reagem a silêncio e frieza, não a palavras”, atesta o Princípio de Relacionamento N° 39. Ou seja, ao invés de abrir o coração e dizer o que a incomoda explicitamente, a mulher *Poderosa* simplesmente recua e neutraliza os sinais de desrespeito. Só que desta forma, o homem nunca vai saber o que realmente a chateou.

O Capítulo 5 critica veemente a postura da mulher boazinha, que abdica de sua vida própria e seus prazeres quando se apaixona por um homem. Devido à sua falta de auto-confiança, ela vai abrindo mão de seus interesses, pouco a pouco, perdendo sua independência. A *Poderosa*, por outro lado, não pressiona o homem e mostra que tem vida própria, que não deixa de fazer as suas atividades corriqueiras e que não parece um cãozinho amestrado fazendo acrobacias só para ficar com um homem. O Princípio da Atração N° 45 define muito bem essa idéia: “Uma mulher parece mais segura aos olhos de um homem quando ele se dá conta de que ela está *satisfeita* com a vida que leva.” (p. 90)

Sherry diz que os homens respeitam a mulher que não abre mão do que é importante pra ela, que tem controle sobre sua própria vida. Essa segurança faz com que eles pensem nas preferências dela e queiram agradá-la. Porém, por mais que a vontade de ficar junto seja constante e mútua, a mulher não deve dar ao homem todo o seu tempo. A dica da autora é:

“Ocupe-se, divirta-se, saia com os amigos! Isso não tem nada a ver com ‘bancar a difícil’. Essa postura precisa ser real. Force a si mesma a manter as ocupações e interesses que tinha antes de conhecê-lo. Se você perder o seu ritmo, perderá o equilíbrio psicológico e se tornará carente.” (p. 93)

Sherry retoma a questão do respeito por si mesma que a *Poderosa* possui. Ela diz que a mulher que prioriza a si mesma é firme e direta, sabe dizer não e conhece seus limites. A *Poderosa* é capaz de negociar, sem impor sua opinião. Ela pode até mesmo fazer concessões, desde que não a prejudiquem.

Há uma forte crítica no texto quanto a mulheres extremamente emotivas e “melosas”. A autora dá uma lista de coisas que não se deve fazer, para deixar claro para o homem que a mulher tem outras prioridades na vida, tão ou mais importantes do que ele. Podemos citar algumas:

- “No começo, evite encontrá-lo duas noites seguidas. Comece saindo com ele uma ou duas vezes por semana”. (p. 96)
- “Não fique emburrada nem choramingue quando ele não telefonar. De vez em quando, você precisa deixá-lo imaginando o que você faz quando não está com ele. Isso o deixará mais motivado e com vontade de vê-la.” (Idem)
- “Nunca telefone duas vezes seguidas, mesmo que a secretária eletrônica dele corte sua mensagem ao meio. Não deixe mensagens longas e melosas. Seus recados devem ser afáveis, curtos e doces.” (p. 97)
- “Não force encontros de última hora porque você está “com saudade” dele.” (p.98)

O capítulo também fala da naturalidade da mulher *Poderosa*. Ela não se esforça demais para impressionar um homem. Fica bastante claro, em determinado momento, que a *boazinha* da qual a autora fala, é aquela mulher ingênua, guiada pelos ideais românticos. A *boazinha* acredita em cara metade, se entrega por inteiro ao relacionamento, e acredita que o outro é essencial para sua existência, pois ele é o “homem que vai fazê-la se sentir completa” (p. 101). Ela vive em um mundo de fantasia, desenvolvendo uma visão distorcida, segundo Argov. Para a autora, isso tudo não passa de uma grande ilusão, por isso, a verdadeira *Poderosa* é aquela que mantém os pés bem firmes no chão e que pensa com a razão.

O sétimo capítulo afirma que resmungar não adianta nada. Quando a mulher reclama, o homem apenas fica mais distante, mas não consegue nenhuma mudança positiva de comportamento dele. Através de mudanças de postura, Sherry quer ensinar à mulher como conseguir o que ela quer sem ter que agir como uma mãe que está dando uma bronca no filho. Ela parte do princípio que os homens automaticamente ignoram o que a mulher está falando, se soar como reclamação.

“É tão fácil quanto mudar uma estação de rádio. Em 30 segundos, ele desliga você e não liga de novo enquanto os resmungos não cessarem. Ele não ouve uma palavra que sai da sua boca. É por isso que você deve se comunicar por meio de ações e não de palavras.” (p. 107)

Se a namorada reclama, o homem entende que ela é afetada por todas as atitudes dele, fazendo com que ele se sinta poderoso e no controle da situação. Ele sabe que essa mulher o ama e não se preocupa, pois tem a certeza de que ela não vai a lugar nenhum. Ao se distanciar ou usar o silêncio, mantendo uma atitude calma, encantadora e gentil, a mulher *Poderosa* balança o homem, coloca “lenha na fogueira” da relação, pois faz com que o homem não tenha mais segurança e previsibilidade. Quando a mulher poderosa age desta forma se um homem se comporta mal, ele começa a ficar com medo de perdê-la. Sherry diz que “expressar os seus sentimentos a todo instante é como implorar. Você demonstra carência, e não dignidade. Mas, recuar quando ele ultrapassa os limites? *Perfeitamente dignificante.*” (p. 122)

A primeira atitude sugerida pela autora é tratá-lo como um amigo, de forma leve, como quando se conheceram. Tal postura chama a atenção do homem, pois parece pouco provável dadas as circunstâncias. Se ela já tiver falado sobre algo que a incomoda e não teve o resultado esperado, ela deve agir com indiferença e isso irá renovar o interesse do amado.

“O homem está acostumado a ter mulheres gravitando ao seu redor. Por isso, ele se sente inseguro quando você deixa de reclamar e parece não fazer mais tanta questão da companhia dele. No fundo, ele sabe que está errado. Então, ao se deparar com a aparente indiferença feminina, fica desconcertado e começa a questionar a influência e o poder que tem sobre você. Quando ele não vê você resmungar, mas sabe que merecia isso, começa a se perguntar o que está acontecendo.” (p. 117)

Sherry dá vários exemplos de mulheres que estavam se sentindo desvalorizadas ou que estavam tendo algum tipo de problema com o namorado e deram a volta por cima. Quando a mulher deseja que o homem faça alguma coisa e este se nega ou demora muito tempo para se mexer, a mulher deve seguir o Princípio de Relacionamento N° 60: “Se você deixar de pedir a ajuda dele e elogiar alguém por fazer algo que caberia ao seu parceiro, ele vai reassumir suas tarefas rapidamente.” (p. 120)

“O livro secreto de estratégias do outro time”, sétimo capítulo da obra, é bastante parecido com “Invadindo o Clube do Bolinha” de PHCM. Sherry usa alguns trechos de entrevistas realizadas com centenas de homens, selecionados criteriosamente para ajudar as mulheres a entenderem o que se passa na cabeça dos homens. Os temas abordados são: carência feminina; as razões pelas quais os homens se mantêm na defensiva e não falam abertamente sobre seus sentimentos; como manter viva a paixão em um relacionamento; o que faz os homens perderem interesse em uma mulher; como descobrir se um homem está apaixonado e os motivos por que os homens preferem as poderosas, “um dos segredos mais bem guardados da vida deles” (p. 140).

O que chama muito a atenção neste capítulo é a relação entre o que Sherry diz antes de revelar as passagens das entrevistas, com o que ela diz no final do capítulo. Os dois trechos estão separados logo abaixo, para uma melhor compreensão de meu ponto de vista:

- “Neste capítulo, selecionei as melhores e mais reveladoras citações e listei-as para que as mulheres saibam o que os homens pensam. (...) **Essas informações vão confirmar os conselhos dados em outros capítulos. São os próprios homens falando.**” (p. 127, grifo meu)
- “É claro que é útil saber como os homens pensam. **Mas o objetivo dessas informações não é lhe oferecer ferramentas para trabalhar com maior afinco para satisfazer um homem. A mulher boazinha já age assim.**” (p. 144, grifo meu)

Em um primeiro momento, ela diz que os homens entrevistados legitimam suas idéias, mas depois diz que as mulheres não devem usar essas informações para tentar agradar o homem, fazendo exatamente o que eles querem. Então, qual o propósito do capítulo? E se as informações sobre o pensamento masculino reforçam os truques e estratégias sugeridos pela, Sherry não estaria, então, incitando às mulheres a agirem se ajustando à realidade masculina? Afinal de contas, o “ser *Poderosa*” está em agir de acordo com o que conquista os homens ou ser completamente independente dessas amarras?

O Capítulo 8 elucida como a independência financeira feminina é essencial para o bom funcionamento de uma relação afetiva, da mesma forma que o capítulo 5 de PHCM. Quando a mulher abre mão disso, ela fica completamente a mercê do homem,

tem muito menos escolhas, menos dignidade, e menores chances de ter uma relacionamento de igual para igual. Para Argov, mais que uma questão de dinheiro, é uma questão de ter o poder de ir embora a qualquer momento. Quando a mulher é dona de seu próprio nariz, tem seu próprio trabalho e caminha com as próprias pernas, ela não é obrigada a se sujeitar a um homem. Além disso, essa independência faz dela uma mulher mais segura e interessante.

“É importante deixar claro que você coloca a sua dignidade acima de tudo, mesmo que esteja namorando um homem extremamente bem-sucedido. Ele precisa sentir que, se não a tratar bem, você sai da mansão dele e volta para seu pequeno apartamento, sem hesitar.” (p. 147)

Argov diz que, por menor que seja a renda da mulher, se ela puder contribuir de alguma forma e não depender por completo de um homem, mais respeito ela terá. Os homens precisam admirar as mulheres e isso não acontece se eles sentem que a mulher está ali para se “aproveitar” deles. A mulher verdadeiramente *Poderosa* não precisa estar ali. Ela está porque deseja, ou seja, é uma opção dela.

Neste mesmo capítulo, Sherry ainda fala sobre a relação dos homens com o dinheiro no que diz respeito a como eles o usam para serem gentis e cavalheiros com as mulheres. Ela critica o fato de algumas mulheres agirem como se isso não fosse mais que a obrigação deles:

“O problema é quando a mulher *age como se o que seu companheiro lhe dá fosse esperado ou até mesmo devido*, em vez de demonstrar que aprecia a generosidade e a gentileza dele. Muitos homens têm prazer em se sentir provedores, desde que também se sintam apreciados pelo que dão.

Se ele abre a porta para você, se puxa a cadeira para você sentar, mostre a ele que você admira essas atitudes. É uma maneira de valorizá-lo.” (p. 155)

Contudo, Sherry chama a atenção para os famosos “mão de vaca” e é categórica ao dizer que “em geral, quando um homem insiste em dividir a conta nos primeiros encontros, ele está demonstrando que não valoriza você nem a relação.” (idem)

O penúltimo Capítulo do livro é auto-explicativo. “Como renovar o desafio mental” é um passo a passo para recuperar aquela centelha e não deixar o homem se acomodar, na crença de que a mulher dos seus sonhos já está devidamente conquistada e o jogo está ganho. A primeira coisa que a mulher deve fazer para reacender a chama da

paixão é mudar o foco: em vez de se concentrar no homem, ela deve se concentrar em si mesma. Isso significa que ela precisa recuperar suas paixões, atividades e interesses próprios que tinha antes do relacionamento, ou ainda construir novos.

Segundo, ela deve alterar a rotina. Isso pode significar diminuir a regularidade dos encontros, por exemplo. Assim, ele nunca poderá prever quando irão se ver novamente. Ao mudar o padrão, como citado anteriormente, as atenções se voltam à mulher. Nesse processo, a mulher deve aprender a se sentir satisfeita com sua própria vida, o que a torna mais atraente.

Em terceiro lugar, Sherry propõe que a mulher recupere seu senso de humor. Agir de forma bem-humorada seria uma eficiente estratégia para manter o homem na linha. “Você pode demonstrar, de forma divertida e engraçada, que a sua segurança como mulher não depende dele”, ela recomenda. Essa atitude mostra que a mulher confia em si mesma e tem autocontrole, tira o peso da relação e não dá a chance do homem enxergá-la como alguém dependente e obsessiva.

O último capítulo é basicamente um apanhado do que foi ensinado nos capítulos anteriores. Ainda mais didático, ele é um guia de sobrevivência para as mulheres extremamente boazinhas. Sherry recapitula, com outras palavras, qual o perfil da mulher *Poderosa* que as mulheres devem almejar e compara suas reações e atitudes em diferentes situações, com ênfase na maneira como se comunicam com os homens:

A BOAZINHA	X	A PODEROSA
<p>Ela costuma usar uma conversa doce para tentar convencer um homem a lhe dar o que ela quer. Se não conseguir, ela fica chateada e pode até cair no choro.</p> <p>Ela se infantiliza ou explora a culpa do outro para conseguir o que quer.</p> <p>Se ele a fere de alguma forma, ela chora. Depois, o faz se desculpar e prometer que não vai mais agir assim.</p> <p>Ela procura desculpar o agressor: "Ele não fez por mal." Ou cria desculpas se ele a desrespeita.</p> <p>Ela se força a fazer coisas que não a deixam confortável só para agradá-lo. Ela também finge gostar de tudo e estar sempre feliz.</p> <p>RESULTADO: UMA MULHER DÓCIL = PERDA DE RESPEITO</p>		<p>Ela fala diretamente sobre suas preferências e deixa clara a maneira como quer ser tratada.</p> <p>Ela se comporta como adulta e nunca usa chantagem emocional para conseguir o que deseja.</p> <p>Ela se retrai e deixa que o silêncio fale mais alto. Depois, ela se comunica quando sente que está pronta, sem agressividade, mas deixando claro que, se isso acontecer de novo, ela terminará o relacionamento.</p> <p>Ela percebe a falta de respeito dele na mesma hora e reage sem hesitação.</p> <p>Ela só faz coisas que a deixam confortável e não hesita em sinalizar quando não aprova o comportamento dele. Mas pode ser amorosa e companheira quando o parceiro age da mesma forma.</p> <p>RESULTADO: UMA MULHER DESEJÁVEL = MAIOR RESPEITO</p>

Sherry exalta ainda mais uma das qualidades da *Poderosa*: ela nunca é inteiramente conquistada. É isso que faz com que essa mulher tenha relações mais duradouras, já que essa sensação de insegurança que ela provoca no homem o estimula a continuar se empenhando. A tensão que ele sente na presença da mulher *Poderosa* gera nele uma sensação de perigo que o atrai. Sherry explica esse fenômeno ao tratar as diferenças de construção de gêneros já na infância.

“É uma diferença básica entre homem e mulher: as mulheres desejam segurança e previsibilidade; os homens anseiam por excitação, perigo e surpresa. Quando criança, a boazinha brincava de princesa com suas bonecas e acreditava que, tal como nos contos de fada, ela viveria ‘feliz para sempre’. Os meninos não queriam nem saber do príncipe encantado – eles de identificavam com personagens que viviam perigosamente, como o Super-Homem, o Batman ou o Homem-Aranha.” (p. 175)

A autora também vai contra a tudo aquilo que é ensinado para as mulheres a respeito dos homens desde cedo. Para ela, os homens não desejam uma “donzela em apuros” (p. 176), pelo contrário. Isso os afugenta. Assim como bondade e gentileza,

para ela, são sinais de fraqueza. Romantismo, mais uma vez, passa longe dos ideais de mulher que Sherry constrói e enaltece nesse final de livro.

“Não caia no papo de que a mulher deve ‘abrir o coração’ quando está apaixonada. A mulher extremamente melosa e dócil provoca no homem a seguinte reação: ‘Oh, não. Uma grudenta. Será que vou ter que carregar essa mala sem alça pelo resto da vida?’ Quando se dá conta disso, ele passa a telefonar cada vez menos ou simplesmente pára de ligar – depois levá-la pra cama. (p. 177)

Por último, ela diferencia a verdadeira *Poderosa* daquela que apenas pretende ser. A *Poderosa* é definida pelo seu interior. Ela escuta a opinião alheia, mas pensa com a própria cabeça, não se deixando guiar pelos limites que os outros tentam impor. Ela sabe defender suas próprias idéias e não se deixa manipular. Sua identidade é definida somente por ela, mas ela sabe contrabalancear essa segurança com meiguice e feminilidade. Sua dignidade é silenciosa, diferente das falsas poderosas, que costumam apelar para a agressividade para se auto-afirmarem.

3.2. Que mulher é essa?

A Mulher louvada por Sherry Argov não chora, não esperneia, não se desespera quando um homem não a respeita, pelo simples motivo de que ela impõe esse respeito sem dizer uma palavra sequer. Ela não precisa dizer que sabe seu valor. Ela mostra isso em suas atitudes, o que faz com que o homem não queira correr o risco de testá-la, pois sabe que poderá perdê-la. Ele percebe que essa mulher é diferente. Ela não irá tolerar certas atitudes e ponto final.

Essa mulher defendida por Argov manipula a situação ao seu favor, de forma que consegue, facilmente, inverter os papéis. A autora conta uma história que exemplifica bem essa questão (PHCM, p. 132): Brett e Andrea estavam saindo há pouco tempo. Eles haviam combinado de sair e Brett ligou para ela no dia, pensando em cancelar o encontro pois estava tendo um dia bastante complicado no trabalho. Quando ele ligou novamente no final da tarde, seguro de que queria encontrá-la, Andrea já havia combinado um outro programa e disse o que a autora chamou de *palavras mágicas*: “Não queria que você se sentisse pressionado”. Algo muito simples, com uma

abordagem desencanada e leve, revela aos homens que essa mulher é racional e tranquila, o que faz com que eles queiram se aproximar por vontade própria, pois essa mulher não representa cobranças. E mais: ela pode se divertir sozinha sem ele e não deixa de viver sua vida por causa de um homem. Essa atitude estabelece, automaticamente, dois sentimentos muito importantes quando se trata de relacionamentos: respeito e admiração.

Para Argov, o que faz um homem querer pedir em casamento uma mulher com quem ele está envolvido há algum tempo é a percepção de que ela não precisa dele pra ser feliz, e muito menos do título da instituição “Casamento”. Ele precisa sentir que ela se basta, que é auto-suficiente. Não que ela não adore estar com ele, pelo contrário. Ela deve demonstrar o quanto aprecia os momentos juntos, mas deixar claro que o mundo não vai acabar se eles resolverem se separar, pois nem tudo gira em torno dele. Esta mulher tem vida própria e interesses que a movem.

O que Sherry tenta mostrar nos seus livros é que a mulher não deve ficar esperando que o homem vá ser a solução dos seus problemas. A escritora Martha Medeiros, em sua crônica intitulada *Amor e Perseguição*³³, retrata esta ânsia majoritariamente feminina, fazendo referência a uma famosa frase do autor americano Norman Mailer³⁴: “As pessoas ficam procurando o amor como solução para todos os seus problemas quando, na realidade, o amor é a recompensa por você ter resolvido os seus problemas.”

Esta alta expectativa feminina em relação ao amor pode ser compreendida pela forte influência dos ideais do Amor Romântico que foram repassados durante inúmeras gerações e que são incrustados nas mentes das mulheres desde cedo. Muitas Feministas enxergam o Amor Romântico como uma ferramenta de opressão. Para elas, a ideologia deste Amor é apontada como responsável por levar as mulheres a acreditar que a felicidade humana dependeria da sua entrega total e incondicional aos seus parceiros, o que contribui para uma condição de subordinação. (NEVES, 2007, p. 617)

³³ Disponível em: <http://pensador.uol.com.br/frase/NTIwMTAx/>. Acesso em 28 de Janeiro de 2011.

³⁴ Frase originalmente citada pelo personagem Harry Hubbard no livro *Harlot's Ghost : A Novel* (1991), de Norman Mailer: “I never saw love as luck, as that gift from the gods which put everything else in place, and allowed you to succeed. No, I saw love as reward. One could find it only after one's virtue, or one's courage, or self-sacrifice, or generosity, or loss, has succeeded in stirring the power of creation.”

O senso comum diz que é da natureza do homem querer proteger sua liberdade. Por isso, diferentemente das mulheres, eles não sonham com casamento. Em geral, eles crêem que o casamento é uma prisão e temem perder toda a sua autonomia. A partir dos depoimentos masculinos no livro PHCM, percebe-se que o grande receio deles é se envolver com uma mulher que dependa deles, em todo e qualquer sentido: emocional, financeiro, etc. Eles afirmam que essa dependência é um peso muito grande para lidar. Por esta razão, uma mulher segura e dona de si é tão atraente. Se eles se casarem, ele não ficará preocupado em ser o alvo das decepções e ressentimentos desta mulher. Ele não quer se sentir responsável pelas decepções dela. Afinal, se ela não é feliz sozinha, mas também não for feliz com ele no casamento, ele será o suposto “culpado”. E isso é uma responsabilidade que ele não quer pra si. Por isso, instintivamente, os homens procuram mulheres que podem muito bem ser felizes sem a sua companhia.

3.3. Análise do Discurso

Logo nas primeiras páginas do livro PHCM, fica bastante claro que a proposta é bem ambiciosa. “Este livro fala de como conquistar o coração dele, para que você tenha o poder de escolher o desfecho que quiser.” (p. 19), a autora atesta. Simples assim: fácil, rápido e indolor.

Em ambos livros, Sherry Argov assume uma posição de especialista. Se ela tivesse optado por usar a primeira pessoa do singular para se apropriar da linguagem, deixaria claro que o livro trata apenas a sua subjetividade e visão de mundo. Porém, ao generalizar os homens e as mulheres e, de certa forma, se distanciar deles, fica implícito no seu discurso que ela se considera uma *Poderosa* e *Manipuladora* nata e que está ali para contribuir com seu expertise nos assuntos que giram em torno dos relacionamentos afetivos. Isto fica ainda mais óbvio se levarmos em conta que a construção de todo o seu discurso se baseia nos 75 Princípios de Relacionamento (PHCM) e 100 Princípios da Atração³⁵ (PHAMP), que foram criados por ela mesma. Tudo isso faz com que as leitoras tenham a impressão de estarem lendo um livro escrito por uma mulher que se considera superior e uma autoridade nos temas afetivos.

³⁵ Os livros de autoajuda estão recheados de jargões como esses, motivados por uma estreita racionalidade instrumental. É muito comum encontrarmos essas “regras”, “lições”, “normas”, “mantras” e “maneiras” que orientam os leitores da maneira mais didática possível e tentam garantir o sucesso no enfrentamento das mais diversas situações.

No entanto, se considerarmos o conceito de consciousness-raising de Karlyn Kohrs Campbell, no artigo *Rhetoric of Women's Liberation: An Oxymoron*, quando se trata de assuntos femininos, qualquer mulher pode ser considerada uma expert, a partir de suas experiências naquele assunto, que podem e devem ser divididas com outras mulheres, visando um aprendizado coletivo, como explicado no trecho abaixo.

“In its paradigmatic form, ‘consciousness raising’ involves meetings of small, leaderless groups in which each person is encouraged to express her personal feelings, and experiences. There is no leader, rhetor, or expert. All participate and lead; all are considered expert. The goal is to make the personal political: to create awareness (through shared experiences) that what were thought to be personal deficiencies and individual problems are common and shared, a result of their position as women.”³⁶(CAMPBELL, 2005, p. 513).

Apesar de Sherry Argov não utilizar nenhuma história de sua vida pessoal nos livros, ela se utiliza de relatos de várias outras mulheres, o que dá maior verossimilhança e credibilidade aos temas abordados. Essas histórias agregam valor aos livros, além de gerarem uma grande identificação com as leitoras.

A grande questão é que, como nenhuma dessas experiências abordadas é da própria autora, o perigo está na forma como ela entende e percebe essas experiências alheias e as transforma em “dicas”, “truques” e “instruções”, na forma de um manual da conquista para todo e qualquer homem que se deseje conquistar. Ou seja, ela assume que todos os homens são iguais e que a sua compreensão daqueles relatos é a única possível, tomando como verdade universal as suas opiniões e construindo uma argumentação direta, firme e persuasiva, que acaba por impor uma identidade estereotipada da mulher.

Diferentemente de outros livros de autoajuda do mesmo gênero, os livros de Sherry não possuem uma postura acolhedora, de quem deseja ajudar às mulheres falando o que elas querem ouvir. Ela não as trata como coitadinhas, que precisam de colo. Está longe de ser uma autoajuda maternal: De confortante, o discurso de Argov

³⁶ Tradução livre minha: “Em sua forma paradigmática, o ‘aumento de consciência’ envolve o encontro de pequenos grupos sem um líder definido, no qual cada pessoa é incentivada a expressar seus próprios sentimentos e idéias. Não há um líder, orador ou autoridade. O objetivo é fazer do pessoal, o político: gerar a conscientização (através de experiências vividas) de que o que antes era pensado serem deficiências pessoais e problemas individuais é algo comum e compartilhado, um resultado da posição delas como mulheres. “

não tem nada. Um ótimo exemplo desse caráter mais agressivo e sem meias-palavras do discurso da autora pode ser encontrado no capítulo 3 do livro PHCM, quando ela diz que o grande problema das mulheres está na atitude delas depois que fazem sexo pela primeira vez com o homem, ao abdicarem de suas próprias vidas e começarem a agir em função dele.

“Ela vai ao cabelereiro para ele, compra roupas novas para ele e até se arrisca a ter queimaduras de segundo grau depilando a virilha só para ficar com uma ‘tosa de poodle’ bem bonitinha para ele. É aí que a mulher tem mais probabilidade de se transformar no pau-mandado dele. Ele diz: ‘Querida, estou com saudade de você. Posso ir aí?’ (Tradução: ‘Estou com tesão’.) Ela pensa: ‘Agora ele é meu namorado, então, qual é o mal nisso?’. Eis o mal: você está relaxando os padrões. E se você agir assim uma ou duas vezes? Parabéns! Acabou de estabelecer o padrão da disponibilidade a qualquer hora.” (PHCM, p. 110)

Outro bom exemplo está no capítulo 5 do mesmo livro, onde ela afirma que os homens reparam em tudo, desde o primeiro encontro, como forma de avaliar o “risco do casamento”. Em seguida, ela apresenta uma lista com alguns exemplos e faz algumas observações. Um deles é este: “Se você tem um armário abarrotado de sapatos e de roupas, e toneladas de maquiagem espalhadas por todo o banheiro (sua aparência é tudo que você tem a oferecer)” (ibidem, p. 157)

O comentário entre parênteses expõe uma opinião reducionista, extremamente machista e preconceituosa. O que ela quer dizer com isso é que, se um homem percebe que uma mulher se cuida, que é vaidosa e que se preocupa em estar bonita, ela não passa de um corpo. É como se existisse um binômio com dois pólos opostos: ou você cuida da sua aparência ou você é uma mulher pra casar. Os dois atributos não podem fazer parte de uma mesma mulher.

Ela “esfrega na cara” das mulheres, o que ela acredita ser a realidade nua e crua, sem dó ou piedade. Se Sherry fosse, de fato, uma Pós-Feminista e estivesse interessada em defender as mulheres e lutar pelos seus interesses, ela certamente não falaria desta forma. Ao invés de propor mudanças, ela promove uma aceitação por parte das mulheres, do padrão de feminilidade que lhes é socialmente imposto.

Uma coisa é afirmar que os homens tem um certo tipo de comportamento; outra, completamente diferente, é acatar este comportamento, sem contestá-lo. E isso seria obrigação dela, se realmente estivesse interessada em escrever um livro que visa

empoderar³⁷ as mulheres e contribuir para a felicidade delas. Afinal, como ser feliz em um mundo extremamente machista e que ainda é reforçado no discurso da autora, especialmente quando ela mesma se propõe a fazer exatamente o oposto?

3.3.1. Sexo: Uma visão retrógrada sobre o tema

A ordem social é outra, os tempos mudaram. Mas muitas mulheres ainda usam o sexo como moeda de troca ou como arma para fazer os homens se comprometerem. Esse comportamento é mais do que incitado nos dois livros de Sherry Argov aqui analisados. Se por um lado as revistas femininas evocam a idéia que se o sexo for maravilhoso, o homem não vai querer largar você; por outro, Sherry afirma que quanto mais você bancar a difícil, mais chances do homem querer ter algo sério. De uma forma ou de outra, a relação sexual é usada como um instrumento de manipulação.

Antes dos movimentos Feministas, o sexo estava prioritariamente conectado à questão da reprodução. A relação sexual era a garantia das mulheres de que os homens iriam se comprometer em um relacionamento. Com a quebra desta dinâmica, o sexo passou a ser algo muito fácil de ser conseguido a qualquer hora e perdeu o status que tinha: ele não está mais ligado ao casamento ou a uma conexão mais profunda entre duas pessoas. O sexo se tornou banal, portanto, tudo que se pensava sobre intimidade e romance deve ser desconstruído - e reconstruído de forma diferente. Contudo, ainda que as novas gerações estejam aprendendo a lidar com esses novos significados, muitas mulheres se vêem perdidas, pressionadas e, assim, acabam voltando aos padrões antigos de funcionamento das relações afetivas, recheados de sonhos românticos.

Algo que exemplifica muito bem isso é o fato de muitas meninas se resguardarem por um bom tempo antes do sexo, como a própria Sherry Argov incentiva que elas façam, no início do relacionamento, de forma a não “entregar o jogo” logo de cara. Apesar da autora reiterar que somente o sexo em si não faz nenhum homem se apaixonar, ela se contradiz ao crer que quanto mais difícil for conseguir sexo com uma mulher, mais interessante ela se tornará aos olhos do

³⁷ Empower, em inglês. No Brasil, o termo empoderamento foi desenvolvido pelo educador Paulo Freire e significa a conquista da liberdade pelas pessoas que tem estado subordinadas a uma posição de dependência econômica ou física ou de qualquer outra natureza. “Implica, essencialmente, a obtenção de informações adequadas, um processo de reflexão das mudanças desejadas e da condição a ser construída. A estas variáveis, deve somar-se uma mudança de atitude que impulse a pessoa, grupo ou instituição para a ação prática, metódica e sistemática, no sentido dos objetivos e metas traçadas, abandonando-se a antiga postura meramente reativa ou receptiva.” (SCHIAVO e MOREIRA, 2005).

homem e mais chances ela terá de conseguir um relacionamento amoroso concreto. Então quer dizer que o sexo não amarra homem nenhum, mas a ausência dele sim?

Giddens (1993, p. 97) acredita que a mulher virtuosa de hoje pouco ou nada tem a ver com a inocência sexual. Aquela integridade, que os homens sempre buscaram espoliar ou dominar no passado, hoje assume outro sentindo, no contexto do Relacionamento Puro. A virtuosidade é agora representada por um atributo ético, fundamental, mas que não está mais ligado a diferença entre os gêneros. É algo que tanto o homem quanto a mulher procuram em seus parceiros.

Mas Sherry parece firme em seus propósitos e dá outros bons exemplos das suas polêmicas visões sobre sexo no capítulo 3 do livro PHCM. Ela apresenta uma tabela intitulada “A preparação da virgem”. Nesta tabela, ela enumera dicas de como uma mulher deve se portar na sua primeira relação sexual com um homem. Basicamente, ela “ensina” às mulheres como parecerem santinhas nesse momento tão aguardado: “Aja como se você nem soubesse onde se compra camisinha e como se não fizesse a menor idéia de qual é a aparência desse objeto.” (PHCM, p. 101)

Sugerir posições sexuais ou estrear uma lingerie mais ousada também estão totalmente fora de cogitação, segundo a autora. Ou seja: finja. Não seja nada natural e faça com que ele pense que você é uma mulher tapada. Ela chega ao cúmulo de propor o seguinte:

“Todos os homens são muito inseguros em relação ao tamanho. Se ele não for bem-dotado, você não pode olhar e dizer: ‘É só isso?’. Isto está nas letras miúdas do contrato. Você tem a obrigação de dizer: ‘Aah! Caramba! Será que agüento tudo isso? Calma, calma. Você vai me deixar descadeirada.’”
(PHCM, p. 102)

Ainda que haja uma certa licença poética, tendo em vista que os dois livros são bastante irônicos e bem-humorados, sugerir atitudes extremamente forçadas como esta, de forma a agradar os homens a qualquer custo, é subestimar a capacidade da mulher. Mais do que isso, é faltar com respeito a ela. O que apenas reitera que, ao invés de dar poder a essas mulheres, como ela se propõe, ela na verdade colabora para uma sociedade totalmente patriarcal, onde os homens são seres superiores e as mulheres devem fazer de tudo para servi-los, tal como faziam há 60 anos.

Podemos comparar uma frase retirada da Revista Querida, de 1953, com o Princípio de Relacionamento nº 17, de Sherry Argov:

“O noivado longo é um perigo, mas nunca sugira o matrimônio. Ele é quem decide – sempre”. (Revista Querida³⁸, 1953)

“Nem chegue a mencionar a palavra ‘compromisso’. Este é o truque. Quanto menos você tocar no assunto, mais próximo estará de sua concretização.” (PHCM, p. 55)

Décadas se passaram, mas a suposta estratégia da mulher pós-moderna - segundo Argov - deve ser a mesma. Para ela, a mulher não deve fazer exigências, cobranças ou discutir o relacionamento. Isso é postura de mulher fraca. É o homem quem deve querer se comprometer e é ele quem deve tocar no assunto. A mulher, por outro lado, deve mostrar que nem pensa nisso. Ainda que ela esteja louca para sair desfilando com uma aliança no dedo.

A idéia da mulher resignada, que fica apenas esperando os homens tomarem a atitude está bastante presente no discurso de Argov. Nada muito diferente de como homens e mulheres agiam nos anos 50 no Brasil, conforme coloca Bassanezi (in DEL PRIORE, 1997, p. 614): “a iniciativa da conquista e das declarações de amor, conforme o costume, cabia ao homem”. Naquela época, quanto maior a resistência perante aos gracejos masculinos, mais o homem ficava interessado. Isso é exatamente o que prega Argov: não entregar nada “de mão beijada”, fazer joguinhos e mostrar ao homem que ainda não foi conquistada. E isso principalmente no que diz respeito ao sexo:

“Quanto tempo você deve esperar antes de transar? O máximo que puder. Mantenha a relação platônica pelo menos no primeiro mês. Essa *tática* lhe dará tempo para conhecer seu pretendente um pouco mais.” (PHAMP, p.52)

Ela diz que se uma mulher faz sexo com um homem no segundo encontro, o homem terá a impressão de ter recebido tudo muito fácil. Por mais quente que esteja o clima entre os dois, por mais que os dois queiram muito, o certo seria controlar os impulsos e não transar de maneira alguma.

³⁸ Após uma longa busca, não foi possível precisar em qual edição da Revista Querida esta frase foi publicada. Essa e outras frases da mesma revista e de outras publicações da época foram e são divulgadas em vários sites e blogs na internet, provavelmente resultado de um e-mail que se tornou um viral.

Fica claro, no discurso de Sherry, que ela acredita que só existem 2 tipos de mulher: as santas e as putas. Mas é claro que ela não diz isso de forma explícita. Ela prefere chamar de “Mulher só para passar o tempo” e “Mulher que vale a pena”. Tal como faziam as revistas femininas brasileiras dos Anos Dourados:

“As revistas da época classificavam as jovens em moças de família e moças levianas. As primeiras, a moral dominante garantia o respeito social, a possibilidade de um casamento-modelo e de uma vida de rainha do lar – tudo que seria negado às levianas. (...) As moças de família eram as que se comportavam corretamente de modo a não ficarem mal faladas.”
(BASSANEZI in DEL PRIORE, 1997, p.610)

Na metade do século passado, os papéis masculinos e femininos eram muito bem definidos dentro da sociedade. O homem era o chefe da casa e a mulher lhe devia respeito e obediência. Para conquistarem um bom rapaz, responsável, trabalhador e honesto, as mulheres da época deveriam ser sempre meigas, delicadas, inteligentes e bem-cuidadas. A feminilidade era caracterizada também pelo instinto materno, a pureza, a resignação e a doçura. Jamais podiam permitir grandes avanços no campo da intimidade. As “boas moças” asseguravam que a virgindade era um prêmio, concedido apenas depois do casamento ser consumado.

3.3.2. Sim, senhor!

Além de uma quase-írmã, Argov acredita que a tal Mulher *Manipuladora/Poderosa* não deve perturbar seu homem - se quiser algum dia chegar ao altar com ele -, correndo o risco de chateá-lo e, assim, perdê-lo pouco a pouco. Argov defende que a mulher deve bancar a ingênua, se fazendo de frágil, desprotegida e incapaz, para que o homem possa se sentir mais forte, viril e o “herói” da relação. Pode-se fazer uma outra interessante comparação entre o que diz o livro, publicado nesta década, e o que era veiculado no extinto *Jornal das Moças*, ainda na década de 50.

- “Sempre que ele fizer algo que exija habilidade, como instalar uma prateleira, elogie-o. Não importa se ela ficar com um ângulo de 45° e tudo que você colocar em cima dela escorregar para um dos lados. Bata palmas alegremente, como uma foca, e depois, quando ele não estiver por perto, chame alguém para consertá-la. No minuto em que você disser “Está torta”, será o fim. Ele nunca mais fará qualquer serviço em casa. Vai se sentir pior do que uma criança que foi repreendida em sala de aula. Os homens têm egos gigantescos que precisam ser massageados. E é exatamente isso o que a mulher poderosa faz.” (PHAMP, 2009, p. 70-71)

- *“O Marido perfeito está ao nosso alcance, se cuidarmos do seu bom humor e não considerarmos nunca como uma obrigação – ou como uma coisa natural – sua eventual colaboração nos trabalhos domésticos. O trabalho caseiro é nosso, o marido tem o seu.”* (Jornal das Moças, 02 de Abril de 1959)

Esse discurso revela uma postura de submissão perante o homem. Da forma que Sherry sugere, a mulher não tem voz, não diz o que gosta e nem o que a incomoda, tal qual acontecia há dezenas de anos atrás. Para ela, cabe ao homem tomar a iniciativa, pois a mulher não tem direito a querer. Ou melhor, até tem. Mas deve manter seus desejos em total segredo, do contrário, o homem vai perder o encanto. Ou seja, mais uma vez, um livro que se propõe a ser contemporaneamente feminino, na verdade é extremamente conservador.

As semelhanças do discurso de Sherry com as publicações dos anos 50 e 60 são muitas. No entanto, deve-se reconhecer que Sherry apóia a independência da mulher em todos os sentidos, principalmente o financeiro. Ela deve ter seu trabalho, seus passatempos, seus amigos, seus próprios interesses e não deve depender do homem para nada, diferentemente do que era pensado há algumas décadas. Ela também reforça que a mulher não deve se desdobrar para agradar os homens, como revelado no Princípio de Relacionamento nº 4: “Quando a mulher se esforça demais, o homem geralmente começa a testá-la para ver até onde está disposta a ir: é como se ele lançasse um frisbee só para ver o quanto ela correria e quão alto pularia para agarrá-lo” (PHCM, p. 31)

Para Sherry, qualquer prova de um grande esforço por parte da mulher – principalmente no início da relação – faz com que o homem acredite já tê-la conquistado e perca o entusiasmo, já que ela deixou de ser um “desafio mental”.

No entanto, ela mesmo contradiz essa postura de auto-suficiência em vários momentos. Por mais que ela afirme que a mulher deve ter opinião própria, ela nunca aconselha a mulher a questionar as atitudes de um homem. Como falado anteriormente, para Sherry, a melhor atitude quando um homem desrespeita uma mulher é a indiferença. Pessoalmente, acredito que essa postura sugerida por Argov tem tudo a ver com submissão. Ela reforça a idéia antiga - e antiquada - de que as mulheres devem comandar os homens pela passividade. A idéia aqui é que ‘bater de frente’ com o homem e exigir mudanças não dá resultado. Para Sherry e muitos outros autores de livros deste segmento, a influência da mulher deve ser imposta com o silêncio. Esta

percepção é tão retrógrada que se assemelha a um artigo sobre casamento escrito em 1839:

“O homem exerce domínio sobre a pessoa e a conduta da sua esposa. Ela exerce o domínio sobre as inclinações do marido; ele governa pela lei, ela governa pela presunção.... O império da mulher é um império de suavidade.... Suas ordens são as carícias, suas ameaças são as lágrimas.” (Francesca M Cancian apud Giddens, p. 54)

Não aceitar certas atitudes não significa simplesmente ficar quieta, abaixar a cabeça e se despedir. Às vezes, é necessário reclamar, contestar e mostrar que está chateada. Para Bauman (2004 p. 16), “O fracasso no relacionamento é muito freqüentemente um fracasso na comunicação.”. E essa comunicação não é possível quando a relação não é baseada em uma via de mão dupla e somente o homem pode demonstrar suas emoções. Desta forma, o relacionamento ficará eternamente na superficialidade e as chances de construir uma confiança mútua são ínfimas. O psicanalista Gley P. da Costa, autor de *O Amor E Seus Labirintos* (Ed. Artmed) também concorda:

“ É importante captar o estado de humor de outra pessoa por suas expressões não-verbais, mas, se o casal ficar apenas nisso, terá um tipo de comunicação infantil. O modelo adulto de relacionamento significa fazer um esforço para verbalizar os sentimentos. Normalmente, o que gera mais conflito não é o que foi verbalizado, mas o que não é falado e que se supõe que foi comunicado.” (COSTA apud BIDERMAN)³⁹

3.3.3. O Casamento em uma era Pós-Feminista

O livro “PHCM” dedica um capítulo inteiro ao evento com o qual 9 entre 10 mulheres sonham: o Casamento. Aquele com “pompa e circunstância”, o momento tão sonhado pelas meninas desde cedo, com direito a vestido branco, igreja, buquê de flores e tudo que elas acreditam ter direito

O título do capítulo, “Do ‘Talvez’ para o ‘aceito’: Como fazer com que ele lhe dê uma aliança e fique na palma da sua mão”, já é auto-explicativo. A autora parte do pressuposto que casar é um desejo básico de qualquer mulher. Mesmo antes deste capítulo, que é o último do livro, o tema permeia várias das 253 páginas. Ela levanta

³⁹ Disponível em:

<http://claudia.abril.com.br/materias/2883/?pagina3&sh=26&%3Bcnl=11&%3Bsc=>

uma questão bastante interessante sobre a relação entre mulher e casamento: Muitas vezes, os homens têm a impressão de que estão apenas cumprindo um papel. Ou seja, eles sentem que a mulher não está apaixonada por ele, mas sim pela idéia do casamento, como Sherry Argov revela no Princípio de Relacionamento nº 16: “Quando uma mulher se afoba, o homem fica achando que ela está apaixonada por uma ‘fantasia’ ou pela idéia de estar em um relacionamento. Mas, se ele for obrigado a conquistá-la aos poucos, de maneira progressiva, vai achar que ela está se apaixonando por quem ele é”. (PHCM p. 54)

Segundo a autora, algo que deixa os homens muito frustrados é o fato de que a maioria das mulheres está muito mais focada no objetivo “casamento” e nos meios para se chegar até lá, do que em seus interesses próprios, que definem a personalidade de uma mulher competente, espirituosa e independente.

Ela usa uma tabelinha para explicar como os homens percebem este tipo de mulher:

<p>“Uma mulher com uma missão.” A definição é qualquer mulher que deseja se apaixonar por uma linda festa de casamento e que não está nem um pouco preocupada em estar ou não apaixonada pelo noivo.</p>	<p>“Preenchendo uma vaga.” É como ele se sente quando percebe que o interesse dela pelo casamento não tem nada a ver com ele.</p>
---	--

Isso nos leva à reflexão sobre o real significado do casamento hoje em dia, numa era em que as pessoas estão cada vez menos interessadas em relacionamentos profundos e muito mais propensas a integrar “redes” e fazer “conexões”, que são facilmente estabelecidas e, da mesma forma, rompidas. (BAUMAN, 2004, p.8)

Mesmo com tudo que a mulher conquistou, ela ainda se vê obrigada a desempenhar certos papéis na sociedade. Por que é tão importante casar e ter filhos? Será que elas querem se casar por que têm vontade ou por que sentem que precisam disso para serem felizes por completo?

“A mulher pós-moderna é aquela que vive em constante contradição: ela usufrui da liberdade conquistada pelas lutas feministas, mas está presa a valores neoconservadores de consumo, casamento (ou de um relacionamento estável) e família.” (BRONISLAWSKI, 2008, p. 7)

A adesão a um contrato monogâmico é, indiscutivelmente, sinônimo de segurança para as mulheres. Elas se casam principalmente porque ainda têm uma visão romântica do homem que virá salvá-las. Além disso, o casamento representa, na maioria das vezes, uma sensação de dever cumprido. Inclusive por este motivo, as mulheres têm a necessidade de transformar a cerimônia em algo grandioso. Casamento no civil não tem o mesmo peso que o casamento na igreja ou num belíssimo casarão. A mulher precisa da imponência pra poder mostrar pra todos que conseguiu o seu próprio conto de fadas. O casamento é motivo de orgulho, de realização pessoal e é sinônimo de que a mulher é, de alguma forma, especial: ela conseguiu convencer o homem de abrir mão de sua liberdade. Não é à toa que dezenas de mulheres são capazes de comprar uma briga só para pegarem o buquê jogado pela noiva.

3.3.4. As entrevistas com os homens

No livro PHCM, especificamente no capítulo “Invadindo o Clube do Bolinha”, a autora avisa, de antemão, que as leitoras estão prestes a desvendar segredos que os homens só compartilham com eles mesmos. Se as informações são tão sigilosas a ponto de somente serem compartilhadas entre eles, o que a leva a crer que centenas de homens que ela afirma ter entrevistado dividiriam esses segredos com ela?

Dentre inúmeras opções para fazer essas pesquisas com os homens, percebe-se que ela optou pela observação participante. Por si só, o método escolhido já é bastante controverso. Não pretendo discutir a validade e relevância da observação participante, mas é senso comum que a presença da entrevistadora em uma pesquisa de campo interfere, sem dúvida, nos resultados dela. E nesse caso, isso é ainda mais complicado, pois se trata de gêneros distintos e questões muito delicadas, que ela mesma afirma que os homens nunca antes haviam revelado. Nas palavras dela, “os homens têm um código secreto em relação a compromisso, casamento e funcionamento interno dos relacionamentos” (PHCM, p. 184). A pergunta que se faz, então, é: Estes homens dariam as mesmas respostas se o entrevistador fosse homem? E isso nos leva à outra

suspeita: Até que ponto os homens estão dispostos a ser sinceros ao abrir a sua intimidade para uma desconhecida? Afinal, se foram realmente centenas de entrevistados, é pouco provável que Sherry Argov seja muy amiga de cada um deles.

Ela não fornece muitos detalhes de como essa pesquisa foi feita, porém, para endossar a veracidade e credibilidade das respostas dadas pelos homens, a autora faz uma analogia bastante irônica com os experimentos que são feitos com animais:

“Boa parte do meu treinamento científico começava com um refrigerante diet, uma tigela de pipoca e a televisão ligada em episódios de Diário da natureza, no canal Animal Planet.

Nesse capítulo, você vai ouvir o tagarelar da espécie masculina vindo do fundo das trincheiras da selva dos encontros amorosos. Para gravar a fala dos primatas, fiz como os zoólogos: aproximei-me das criaturas com uma atitude nada ameaçadora. Também aprendi a não me aproximar no horário da alimentação, com medo de que rosnassem e se escondessem em seu habitat para hibernar pelo resto do inverno.” (PHCM, 182)

Ainda que em tom de brincadeira, pode-se apreender que ela está tentando dar um tom mais científico a essa pesquisa, de forma a reforçar as suas idéias e, principalmente, os seus “Princípios de Relacionamento”, que também são expostos nesse capítulo, entre uma pergunta e outra. Esse recurso é bastante comum em livros de autoajuda, que se apropriam de informações científicas vulgarizadas e banalizadas – principalmente para retratar diferenças entre gêneros – como forma de legitimar e dar maior credibilidade ao discurso.

CAPÍTULO 4 – PESQUISA COM LEITORAS DE AUTOAJUDA

Para que esta reflexão sobre os livros de Sherry Argov possa contribuir para uma maior problematização e entendimento da representação da mulher em livros de autoajuda, bem como o papel social e cultural de destes livros, faz-se necessário, além da análise do discurso das obras em questão, voltarmos nossos olhares para as consumidoras deste gênero literário.

Com este intuito, paralelamente ao trabalho realizado nos capítulos anteriores, foi realizada uma pesquisa quantitativa, com perguntas abertas e fechadas, respondida por uma audiência composta por mulheres heterossexuais na faixa de 20 a 50 anos, todas leitoras de autoajuda e residentes do estado do Rio de Janeiro, das classes A, B e C (vide Tabela 2). A pesquisa tinha como objetivo compreender quem são essas consumidoras de livros de autoajuda e quais são suas motivações. Inicialmente, determinei um número alvo de mulheres que responderia às perguntas. Contudo, talvez devido ao fato de algumas perguntas serem discursivas e necessitarem de um tempo mínimo para a elaboração das respostas, não tive a adesão que gostaria. Com isso, ao invés de 20 mulheres, apenas 16 responderam à pesquisa.

Para viabilizar essa pesquisa, foi criado um questionário online no Google Docs, cujo link⁴⁰ fora enviado via Facebook para colegas que eu imaginava serem leitoras de autoajuda. Além disso, o link da pesquisa também foi divulgado em minha página da mesma rede social, permitindo que meus amigos pudessem compartilhar a pesquisa com outras mulheres que se enquadrassem no perfil. Também enviei o link via e-mail, convidando às mulheres da minha lista de contatos que já haviam lido algum livro de autoajuda a responderem à pesquisa.

Para responder o questionário, não era necessária uma identificação. O anonimato garantia que as mulheres pudessem se sentir mais confortáveis e livres para expressarem suas verdadeiras opiniões sobre homens, livros de autoajuda e relacionamentos, garantindo uma maior veracidade das respostas. Deste modo, optei por nomear cada informante com uma letra do alfabeto, indo de “A” até “P”.⁴¹

⁴⁰ <https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dGdINGM5eUFVdmd4S3g5ay1iSFBCVmc6MQ>

⁴¹ Uma breve descrição do perfil de cada uma dessas mulheres pode ser encontrada no Apêndice A.

É importante esclarecer que não há a pretensão de usar essas 16 mulheres como um representativo do perfil da consumidora brasileira de livros de autoajuda, uma vez que o universo total é infinitamente mais amplo que este número. Mas acredito que esta pesquisa possa contribuir para a elucidação de algumas questões que cercam esse mercado consumidor, revelando um resultado que se sobressaiu em um grupo específico de mulheres neste contexto histórico em que se deu o trabalho.

As Tabelas 1 e 2, abaixo, servem para um melhor entendimento do perfil das informantes. Os resultados nos mostram que a grande parte das mulheres que responderam ao questionário são solteiras, com parceiro fixo ou não, e que possuem uma ótima condição financeira.

Tabela 1 - Status de Relacionamento x Idade das Entrevistadas

	20 a 30 anos	30 a 40 anos	40 a 50 anos	TOTAL:
Solteira	4	3	1	8
"Enrolada"	1	-	-	1
Solteira, Namorando	4	1	-	5
Casada	2	-	-	2
TOTAL:	13	4	1	16

Tabela 2 - Classe social (Renda Familiar) por faixa etária

	20 a 30 anos	30 a 40 anos	40 a 50 anos	TOTAL:
A1: Acima de R\$ 11.480,00	4	2	-	6
A2: Entre R\$ 8.295,00 e R\$ 11.480	2	1	-	3
B1: Entre R\$ 4.754,00 e R\$ 8.295,00	-	3	1	4
C1: Entre R\$ 1.459,00 e R\$ 2.656,00	3	-	-	3
TOTAL:	9	6	1	16

A Tabela 3 expõe a relação dessas mulheres com livros de autoajuda. É interessante notar que a maioria já leu mais de 3 livros, o que pode ser um indicativo de que as mulheres que já leram algum tipo de livro de autoajuda têm grande chances de comprar outros. Isso pode

significar que os livros de autoajuda possuem a tendência de se tornar um hábito, pois uma única leitura não é completamente satisfatória. Outro fato interessante – que não está representado na tabela – é que todas as 5 mulheres acima dos 30 anos que responderam as perguntas já leram mais de 3 livros do gênero.

Tabela 3 - Quantos livros já leu⁴² x Status de Relacionamento

	Solteira	"Enrolada"	Solteira, Namorando	Casada	TOTAL:
1 ou 2	3	-	2	-	5
3 a 5	4	-	1	1	6
Mais que 10	1	1	2	1	5
TOTAL:	8	1	5	2	16

Sobre o sonho de se casar, conforme explicitado na Tabela 4, nota-se que 100% das mulheres que estão em um relacionamento sério nutrem essa vontade. Das 16 informantes, nenhuma marcou a opção “Não” e, por este mesmo motivo, esta não se encontra na tabela. Algumas responderam que o casamento não é um objetivo de vida, mas que se casariam caso estivessem muito apaixonadas. Sobre as mulheres que marcaram a opção “Sim”, podemos fazer algumas observações:

- Quase todas se declaram “boazinhas” (7 de 9). Pode-se inferir que estas mulheres ainda acreditam que uma atitude mais afável eleva as chances de chegarem ao altar. As mesmas boazinhas foram as que mostraram a tendência em agir mais com a emoção do que com a razão quando decidem ir pela primeira vez pra cama com um homem. Com exceção de apenas uma mulher, todas as outras “boazinhas” que sonham em se casar acreditam ser difícil ou bastante difícil serem racionais quando estão apaixonadas.

- De todas estas mulheres que sonham em se casar, quase todas concordam, em maior ou menor grau, com os joguinhos de conquista. As outras, apesar de responderem que são contra, confessam já terem usado essa estratégia. (Tabela 5)

⁴² Nenhuma informante respondeu a opção de 6 a 10 e, por isso, esta não consta nos resultados.

Tabela 4 - Você sonha em se casar?				
	Solteira	"Enrolada"	Solteira, Namorando	TOTAL:
Sim	3	1	5	9
Não tenho esse sonho, mas me casaria se estivesse muito apaixonada.	5	-	-	5
TOTAL:	8	1	5	14

Sobre a Tabela 5, como se pode ver, apenas duas mulheres, solteiras, são radicalmente contra à mulher “bancar a difícil”, com o objetivo de fazer um homem se envolver. Curiosamente, as duas marcaram grau 4 quando perguntadas sobre a 1ª relação sexual com o homem (Tabela 6) e nenhuma delas sonha com casamento (apesar de também não o rechaçarem).

As outras mulheres, em geral, demonstram que usam o truque mais como uma necessidade de ocasião, mas que não necessariamente acham uma prática exemplar.

Tabela 5 - Qual sua opinião sobre fazer “joguinhos” para conquistar um homem?					
	Solteira	"Enrolada"	Solteira, Namorando	Casada	TOTAL:
Essencial para conseguirmos o que queremos e sermos valorizadas!	-	-	-	1	1
Às vezes é necessário para não se mostrar muito carente e desesperada.	2	1	2	1	6
Sou contra, mas confesso que já usei o truque...	2	-	2	-	4
Não concordo. A mulher tem que ser ela mesma, o tempo todo.	2	-	-	-	2
Outra resposta	2	-	1	-	3
TOTAL:	8	1	5	2	16

Tabela 6 - Decisão sobre a 1a Relação Sexual com um homem

	Solteira	"Enrolada"	Solteira, Namorando	Casada	TOTAL:
Grau 1	2	-	-	-	2
Grau 2	1	-	-	-	1
Grau 3	-	-	-	1	1
Grau 4	2	-	-	-	2
Grau 5	-	1	-	1	2
Grau 6	-	-	1	-	1
Grau 7	1	-	-	-	1
Grau 8	-	-	2	-	2
Grau 9	2	-	1	-	3
Grau 10	-	-	1	-	1
TOTAL:	8	1	5	2	16

Legenda:

Grau 1 = Muito Estratégica / Grau 10 = Muito Sentimental

De todas as “*Manipuladoras*” que responderam à pesquisa, mais da metade afirmou já ter lido mais de 10 livros de autoajuda. A Tabela 7 mostra a relação entre a situação de relacionamento das mulheres com relação à forma como se denominam. Percebe-se que aproximadamente 70% das leitoras que fizeram parte da pesquisa se denominam boazinhas. Das 5 mulheres que já leram PHCM e/ou PHAMP, somente 2 se consideram manipuladoras.

Tabela 7 - Boazinha ou Manipuladora

	Solteira	"Enrolada"	Solteira, Namorando	Casada	TOTAL:
Boazinha	6	1	3	1	11
Manipuladora	2	-	2	1	5
TOTAL:	8	1	5	2	16

A Tabela 8 mostra, em números, a dificuldade das mulheres em pensarem friamente quando estão profundamente envolvidas com um homem, revelando que “estratégias” ou “truques” são muito difíceis de serem aplicados quando se está apaixonada. Desta forma, podemos entender que há uma tendência das mulheres em esquecer ou ignorar o que lhes foi “ensinado” nos livros de autoajuda sobre relacionamentos quando entram de cabeça em uma relação. Um namoro sério ou casamento não dá espaço para a não-naturalidade.

Tabela 8 - Quando você está apaixonada, quão difícil é agir com a razão?

	Solteira	"Enrolada"	Solteira, Namorando	Casada	TOTAL:
Impossível	-	-	-	-	2
Bastante Difícil	2	-	3	1	4
Difícil	4	1	2	-	7
Normal/ Natural	2	-	-	1	3
TOTAL:	8	1	5	2	16

Sobre os homens e uma suposta falta de interesse deles pelo casamento, houve uma divisão de opiniões. Algumas mulheres não concordam com a afirmação e acreditam que os homens têm tanto interesse quanto as mulheres em se casar. Para um melhor entendimento deste ponto de vista, separei as respostas que se apóiam nessa idéia:

“Não acho isso. Praticamente todos os homens que conheço têm vontade de ter um compromisso sério e construir uma família. Quando encontram a mulher certa, o interesse aparece rapidinho.” (J)

“Eu acredito que existam homens com interesse também, porém, como em tudo, eles demoram mais do que as mulheres a pensar e estarem prontos para tal compromisso mais sério.” (G)

“Não acho isso! Só acho que as mulheres sonham mais e querem resolver assuntos de relacionamento mais rápido.” (F)

“Eu não acho que os homens tenham menos interesse. Acho que nos dias de hoje, muito por culpa das mulheres, essa falta de interesse em compromisso sério tem diminuído pela facilidade. [sic]” (E)

“Não é que não tenham interesse, mas acho que eles querem ter certeza de que o casamento é aquilo que eles querem, porque não se "amarram" tão fácil assim... eles sofrem pressão e são alvos de chacota, principalmente de outros homens, quando estão apaixonados, o que dificulta ainda mais.” (B)

“Acho que com relação ao interesse em compromisso, os homens, em devidas circunstâncias, tem sim o mesmo nível de interesse que as mulheres. Quanto ao evento casamento, é muito mais interessante para a mulher, pois ela é o centro das atenções. É um dia voltado para a noiva e seus cuidados, vestidos e tal.” (C)

“Não acho que os homens tenham menos interesse, muito pelo contrário. Estudos recentes mostram que, com a entrada da mulher no mercado de trabalho e conseqüente independência financeira (e sexual), muitas mulheres estão adiando juntar os trapinhos e ter filhos - porque a sobrecarga de trabalho com afazeres domésticos e criação de filhos recai sobre elas e há essa tomada de consciência (e repúdio). Muitas mulheres estão felizes solteiras e preferem investir na carreira

e nos estudos. Pesquisas mostram ainda que, quando as mulheres pensam em casamento, a imagem que lhes vem à cabeça é da festa em si, e não na vida a dois e na rotina, com seus problemas e conflitos. Já o homem casado vive mais que o solteiro, é melhor para a saúde dele. De qualquer forma, psicologicamente, a mulher vê no casamento o "afinal encontrei o meu alguém". O homem pensa: "infelizmente, vou ter que excluir todas as outras". Daí, talvez, o medo maior deles." (N)

Outras mulheres, no entanto, acreditam sim que os homens rejeitam a idéia de casamento e atribuem essa ausência do desejo de se casar a aspectos biológicos, de criação e a conceitos pré-estabelecidos socialmente:

"Eles são diferentes, não verbalizam o que sentem, por exemplo. A gente custa a entender isso. Penso também que os pais criam os filhos de forma diferente, meninos e meninas. Acho que boa parte disso é cultural, começa em casa desde bem pequenos." (M)

"Os homens são mais momentâneos. Eles aproveitam aquela ocasião e ponto. As mulheres já vêm toda e qualquer relação com um possível futuro. Além disso os homens não têm essa pressa para terem filhos, por exemplo, o que deixa a mulher mais desesperada por um compromisso maior e um posterior casamento." (D)

"Porque associam o compromisso a uma ausência total de liberdade." (H)

"Porque são criados desta forma, os sonhos são diferentes desde que nascem, mas sua criação e a sociedade influenciam muito na manutenção disso." (I)

"Acho que isso é uma questão de costume... coisas do passado que acabaram ficando. Pode ser também porque os homens pensam que, se eles casam, a liberdade acaba. A mulher já tem mais aquele lado do companheirismo." (O)

"Acredito que isso é uma coisa construída pela sociedade e pelo meio em que os homens atualmente estão inseridos. Na época da minha mãe ou avó, os homens queriam conhecer alguém cedo e casar cedo. Construir uma família era um objetivo muito importante há uns 30 anos atrás." (A)

"Lei da oferta e da procura. Há muita mulher para pouco homem. Então, eles não vão ficar com uma se podem ter várias." (L)

"Homens não gostam de compromisso porque o mundo é cheio de possibilidades. A ordem é experimentar elas." (K)

Uma das perguntas consistia em descobrir qual o conceito que essas leitoras de autoajuda têm de "Mulher Poderosa", com o intuito de comparar uma noção geral deste grupo às idéias proferidas por Sherry Argov. No geral, a grande maioria tocou nos pontos

autoconfiança e autocontrole, autonomia e determinação, que também são defendidos pela autora. Vale ressaltar que a maior parte dessas mulheres nunca leu nenhum dos livros de Argov. A lista com as respostas se encontra logo abaixo.

“A que consegue o que quer sem que os homens consigam perceber que foram manipulados.” (A)

“Independente, orgulhosa de si, capaz de tomar decisões importantes, conquistar sem manipulação ou chantagem e terminar uma relação certa daquilo que quer!” (B)

“Inteligente, bem sucedida profissionalmente, educada com todos, com uma boa auto-estima, sem ser prepotente.” (C)

“Uma mulher bem- sucedida no trabalho, segura de si e que tenha todos os homens aos seus pés.” (D)

“Uma mulher que consegue controlar seus sentimentos. Não esconder....mas controlar, saber esperar, respeitar o espaço do outro, esperar o momento certo de agir, mas não esquecendo das suas necessidades.” (E)

“Aquela bem resolvida, que não se abala por pequenos assuntos ou crises.” (F)

“Que sabe se controlar, segura de si, confiante.” (G)

“Ser sedutora e verdadeira com uma boa dose de auto-confiança.” (H)

“Que não chora na frente de um homem, não se mostra carente, não dá tudo de mão beijada pra ele, faz ele correr atrás para conseguir o que quer.” (I)

“É uma mulher que não se anula. Sabe lutar suas batalhas quando forem importantes, mas sabe também ceder quando necessário. Não tem medo de se colocar em primeiro lugar em certos momentos e não teme deixar que o outro também brilhe.” (J)

“Uma mulher que diz o que pensa, mesmo que ele pense diferente, que não vê problemas em dividir a conta do restaurante ou namorar um cara que não tenha carro, que não fica o tempo todo discutindo a relação, que saiba gostar dando liberdade ao outro, mas saiba exigir compromisso na hora certa.” (K)

“Aquela que não se prende e não sofre. Curte o momento e, se acabar, já está pensando na próxima, sem ficar remoendo as decepções.” (L)

“É aquela que dá as ordens ou a que faz com que as coisas aconteçam como ela planejou.” (M)

“Uma mulher que se conhece profundamente.” (N)

“Uma mulher que seja capaz de conquistar tudo aquilo que busca sem ser necessário sempre um homem por perto ,como se as

coisas só funcionasse se estiver um por ali. Uma mulher capaz de buscar, conquistar, tanto no profissional quanto no pessoal e no sentimental também. Uma mulher forte de palavra e de atitude.” (O)

“Aquela que sabe o que quer, que é dona da sua vida.” (P)

Por último, quando perguntadas sobre quais livros de autoajuda já haviam lido, as mulheres citaram mais de 30 títulos, com destaque para os seguintes: “Os homens são de marte e as mulheres são de vênus”; “Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor”; “Porque os homens amam as mulheres poderosas”; “Ele simplesmente não está a fim de você” e “Por que os homens se casam com as Manipuladoras”. Os famosos autores Roberto Shinyashiki e Augusto Cury também foram bastante lembrados.

CONCLUSÃO

No decorrer desta monografia, verificamos que a evidência da literatura de autoajuda no final do século XX é um produto da Pós-Modernidade. Estes manuais de autoaperfeiçoamento são uma consequência direta do caráter individualista do mundo no qual estamos inseridos, onde vivemos um eterno processo reflexivo permeado pela multiplicidade de identidades cambiantes ao longo de nossas vidas e buscamos o sucesso acima de tudo e de todos. Também pudemos perceber que estes livros dão a ilusão da existência de uma fórmula mágica e de um mundo onde tudo é possível, bastando apenas força de vontade e disciplina para seguir o “passo a passo”.

Neste contexto, as motivações e bandeiras do movimento Feminista em prol das conquistas do gênero ficaram datadas, dando espaço ao Pós-Feminismo, que está muito mais interessado nas conquistas individuais, e menos de um grupo organizado. Os livros de autoajuda femininos acabam assumindo o papel de um dispositivo de auxílio nesse processo de ascensão pessoal.

Dentro desta categoria de livros focada neste público-alvo específico, há ainda aqueles livros que, como PHCM e PHAMP abordam os relacionamentos e pretendem ajudar as mulheres a se relacionarem melhor com os homens. Tais livros geralmente retratam a mulher como um ser que precisa recuperar sua auto-estima e se valorizar. Para tanto, costumam utilizar palavras de força e dar dicas que orientam as mulheres a seguirem um comportamento específico.

No caso dos títulos estudados neste trabalho, pode-se dizer que eles acabam contrariando a idéia inicial de empoderamento feminino e se configuram como uma materialização do Backlash, questionado por Faludi (2001), tendo em vista que seu discurso

“faz pensar sobre uma nova condição da mulher contemporânea, mas acaba por encarcerá-la em um mesmo lugar, em um refluxo antifeminista onde os avanços da mulher devem ser apenas decorativos, já que sua saída para a felicidade – e igualdade – está sempre dependente do homem” (MESSA, 2006, p. 88)

Se por um lado Sherry defende uma mulher independente e segura de si, ao mesmo tempo ela reforça uma acomodação feminina: ao invés de debater e criticar um

possível mau comportamento masculino, ela sugere que as mulheres simplesmente aceitem que eles são como são e atuem de acordo com o que eles esperam da “mulher ideal”. Suas opiniões são tão conservadoras que muitas vezes parecem ter saído da boca de um homem ridículamente machista ou de uma revista feminina de 60 anos atrás. Ou seja, apesar de se vestirem de contemporâneos, os livros de Sherry são recheados de conceitos retrógrados que assumem o conformismo como modelo a ser seguido. Ao invés de propor uma resistência aos padrões estabelecidos, os livros recomendam justamente o enquadramento na realidade masculina, uma vez que não adianta lutar contra os “instintos” e a “natureza” dos homens.

O discurso de Sherry tem a forte tendência de tecer generalizações sobre homens e as mulheres e instituir o que seria típico das condutas de cada um. O homem, para a autora, é alguém com a mentalidade de uma criança de 5 anos, com quem é impossível discutir um assunto mais sério. Ele é um sujeito que tem pavor de compromisso, e se sentir que a mulher tem esse desejo, é bem capaz de pular fora logo no início da relação.

Já a mulher com quem Sherry fala e retrata quando chama de “boazinha” ou “mulher capacho”, é a mulher dócil, sentimental, que age com o coração e sonha com o matrimônio. A autora nos leva a crer que a mulher que conquista os homens é fria, calculista e extremamente racional. Ela nunca se entrega por completo e não demonstra o que sente, porque faz parte de um eterno joguinho da conquista onde nunca mostra o que realmente é, pois está mais preocupada em por em prática os seus truques de manipulação.

Analisando a retórica, as propostas dos manuais da conquista e o sucesso que eles fazem com as mulheres, podemos perceber que ainda que as mulheres tenham se tornado independentes em várias esferas da sociedade, afetivamente ainda se encontram profundamente dependentes dos homens. Elas têm (quase) todas as ferramentas necessárias para viverem sozinhas e se bastarem, mas ainda estão condicionadas a uma cultura de significação patriarcal, com a qual esses livros contribuem.

A nova Mulher vem conquistando cada vez mais poder, mas de tempos em tempos é atormentada com os fantasmas de um passado repleto de limitações. E convive com o dilema de realmente encontrar o seu próprio conceito de felicidade ou apenas se conformar e colaborar com as condições e normas que são disseminadas dentro dessa nossa cultura, onde os homens ainda detêm o poder. Gostaria de salientar que o recorte

escolhido para este trabalho é apenas um entre outras várias abordagens possíveis. Também a escolha das obras em questão não foi em vão. Como explicado anteriormente, os livros de Sherry Argov são um ótimo exemplo dos estereótipos de mulher retratados na literatura de autoajuda e do discurso agressivo em que se baseiam os manuais de conquista, que levam a mulher a se deparar com a realidade nua e crua, sem meias palavras.

Consciente das limitações deste trabalho e situando-o no campo da Comunicação, espero que este projeto sirva de contribuição para futuras pesquisas sobre a retórica desta literatura e, quem sabe, até mesmo sobre o mercado editorial. Vale ressaltar que nestes meses em que se deram o trabalho, tentei por diversas vezes contato com as editoras dos livros, para que respondessem algumas perguntas acerca do perfil das consumidoras e dados mercadológicos que somente as empresas responsáveis poderiam me fornecer a respeito das obras. Contudo, não obtive êxito.

Na busca de entender qual o perfil da mulher representado nos livros de Sherry Argov ao longo destas páginas, podemos perceber que, na verdade, a autora apenas atualiza os velhos padrões femininos. Por mais que ela se proponha a contribuir para auto-suficiência feminina e resista à figura de mulher submissa que quer agradar o homem a qualquer custo, ela “ensina” as mulheres a agirem de acordo com o que o homem quer. A mulher é, sim, independente e decidida, mas apenas até certo ponto. A manipulação e o poder incitados no discurso dos livros são barradas pela própria necessidade da mulher de se adequar aos papéis que lhes são atribuídos, sacramentados pela sociedade machista. Em resumo, essa mulher não usufrui de sua liberdade e não age de acordo com as suas próprias idéias. Do contrário, não precisaria de um livro que a diz exatamente como deve agir.

BIBLIOGRAFIA

AUTO-AJUDA :: Os manuais e suas receitas. **Revista Galileu**. São Paulo: Editora Globo, edição 187, fev. 2007. Disponível em:

<http://revistagalileu.globo.com/Galileu/0,6993,ECT490753-1719,00.html>. Acesso em 15 Fev. 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Amor líquido**: sobre a fragilidade das relações humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BIDERMAN, Iara. Paixão renovada no casamento. **Revista Claudia**. Disponível em:

<http://claudia.abril.com.br/materias/2883/?pagina1&sh=26&cnl=11&sc=> . Acesso em 15 Abr. 2011.

BOSCOV, Isabela; ROGAR, Silvia. Nas asas da auto-ajuda. In: **Revista Veja**. Edição

2141, nº 48, 02 Dez. 2009. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/021209/nas-asas-autoajuda-p-140.shtml>. Acesso em: 27 de Março de 2011.

BRONISLAWSKI, Patricia. **Pós-feminismo e a representação feminina nas viagens de Melissa**. In: II CONALI - Congresso Nacional de Linguagens em Interação, 2008, Maringá. Anais do II Conali, 2008.

CAMPBELL, Karlyn Kohrs. **The Rhetoric of Women's Liberation**: An Oxymoron. Readings in Rhetorical Criticism. Ed. Carl R. Burgchardt. State College, Pennsylvania: Strata, 2005. 510-519.

DEL PRIORE. Mary (org). **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.

_____. **Histórias Íntimas**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2011.

EDWARDS, Tamala. M. Flying Solo. **Time Magazine**, New York, v. 9, n.156, p.33-41, 28 ago. 2000.

FALUDI, Susan. **Backlash**: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 2001

FAZITO, Pilar. Auto-ajuda e auto-engano. **Digestivo cultural**, 30 Jul. 2007. Disponível em:

http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2339&titulo=Auto-ajuda_e_auto-engano . Acesso em 21 de Março de 2011.

FLAX, Jane. Pós-Moderno e Relações de Gênero na Teoria Feminista. In HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). **Pós-Modernismo e Política**. Rio de Janeiro, Rocco, 1991.

FREIRE FILHO, João (org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas. São Paulo: UNESP, 1993.

GUEDES, Carlos Wagner Jota. **Essa moça tá diferente**: Debates sobre a representação da sexualidade feminina, 2006, 192 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Minas Gerais

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 1997a

_____. **The work of representation**. In: Stuart Hall (Org). Representation: Cultural representations and signifying practices. London: Sage, 1997b.

JONES, Shannon Leigh. **Why Men Love Bitches: A Feminist Perspective**. 2010. A Senior Project Presented to The Faculty of the Communication Studies Department, California Polytechnic State University, San Luis Obispo.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno, Bauru, SP, EDUSC, 2001, p. 47 - 74

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MACIEL, Diana. **Gênero e poder local**. Tese (Mestrado em Sociologia). 2008. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/998>

MARTHE, Marcelo. O auto-Astral da auto-Ajuda. **Revista Veja**. São Paulo: Edição 1777, 13 Nov. 2002. Disponível em: http://veja.abril.com.br/131102/p_114.html. Acesso em 12 Jun. 2011.

MESSA, Márcia Rejane Postiglioni. **As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), 2006. Disponível em http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=383. Acesso em 09 Nov. 2009.

MEDEIROS, Martha. **Amor e Perseguição**. Disponível em: <http://pensador.uol.com.br/frase/NTIwMTAx/>. Acesso em 28. Jan 2011.

MERCADO da auto-ajuda vende individualismo e falsa felicidade. **PSI Jornal de Psicologia - Conselho Regional de Psicologia**. São Paulo: ano 19, n. 126, jan/ fev 2001. Disponível em: http://www.crp.org.br/portal/comunicacao/jornal_crp/126/frames/fr_sociedade.aspx. Acesso em 06 Mai. 2011.

MOCCI, Gisele. **Imagem de mulher proposta pela literatura de auto-ajuda** : análise de quatro obras contemporâneas. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba, 2006. Disponível em <http://dspace.c3sl.ufpr.br:8080/dspace/handle/1884/15146> . Acesso em 29 Mar. 2011.

MOURA, Regina. Uma história sem história: considerações sobre o feminino. **Revista Online História – Imagens e Narrativas**. Edição 7, Out. 2008. Disponível em www.historiaimagem.com.br/edicao7setembro2008/feminino.pdf. Acesso em 03 Jun. 2011.

MCROBBIE, Angela. **Pós-feminismo e cultura popular**: Bridget Jones e o novo regime de gênero. In: Cartografias: Estudos culturais e comunicação, 2006.

NEVES, Ana Sofia Antunes das. As mulheres e os discursos genderizados sobre o amor: a caminho do "amor confluyente" ou o retorno ao mito do "amor romântico"? **Revista de Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 15, n. 3, dez. 2007 . Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2007000300006&lng=pt&nrm=iso . Acesso em 04 Abr. 2011.

NISHIDA, Neusa Fumie. **A imagem da mulher na publicidade**: cenário das representações da ética de responsabilidade. UNIrevista - Vol 1, nº 3, Jul. 2006. Disponível em: www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Nishida.PDF. Acesso em 21 Abr. 2011.

NUNES, Lara G. Faludi e a guerra não declarada contra as mulheres: A mídia contra a revolução Feminista. **Mídias e Feminismo**, 7 Jun. 2010. Disponível em <http://midiafefeminismo.blogspot.com/2010/06/faludi-e-guerra-nao-declarada-contra-as.html>. Acesso em 16/05/2011

NUNES, Rui Ferreira. A Co-Dependência, Amor ou Maldição?. **Rui Ferreira Nunes**, Jan. 2009. Disponível em: <http://www.ruiferreiranunes.com/artigos/a-co-dependencia-amor-ou-maldicao/>. Acesso em 28 Abr. 2011.

PEREIRA, Julio Neves. **Estratégias retórico-discursivas no discurso de auto-ajuda**. São Paulo, [2002?]. Disponível em: http://74.125.155.132/scholar?q=cache:uKJMElccuyoJ:scholar.google.com/+estrat%C3%A9gias+auto-ajuda+Julio+Neves+PEREIRA&hl=pt-BR&as_sdt=0. Acesso em 02 Jun. 2011.

PETILLO, Alexandre; SOUZA, Allyson. Ajude-se. **Revista Superinteressante**, São Paulo, n. 216, p. 65-69, Ago. 2005.

PETTERLE, Andiará; MALETTA, Bruno. **Poderosas Consumidoras**: O que quer e pensa a nova mulher brasileira. Rio de Janeiro: Rede de Mulheres, 2010.

RODRIGUES, Marjorie. Dispensando esta rosa!. **Observatório da Mulher**, Mar. 2009. Disponível em:

http://observatoriodamulher.org.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=1259&Itemid=44. Acesso em 06 Abr. 2011.

SALERNO, Steve. **Sham**: How the Self-Help Movement Made America Helpless. New York: Crown Publishers, 2005.

SANTANA, Patricia Nardelli Pinto. Eu não sou de Vênus: uma análise do sexismo em livros de auto-ajuda. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 8: Corpo, Violência e Poder, 25 a 28 de agosto de 2008, Florianópolis. **Anais Eletrônicos...** Florianópolis: UFSC, 2008. Disponível em: www.fazendogenero.ufsc.br/8/sts/ST47/Patricia_Nardelli_Santana_47.pdf. Acesso em 18 Abr. 2011.

SEKEFF, Gisela. Com diploma e sem marido. **Veja Especial Mulher**, n.65, jun. 2006, p.34-36.

SCHIAVO, Marcio R. e MOREIRA, Eliesio N. **Glossário Social**. Rio de Janeiro: Comunicarte, 2005

SILVA, Ivandilson Miranda. **Os livros de auto-ajuda como manuais de conquista e relacionamentos**: A cultura amorosa no século XXI. Revista Brasileira de Sociologia da Emoção. (RBSE), v. 9, nº 27, p. 876 -887, Dez. de 2010. Disponível em: www.cchla.ufpb.br/rbse/IvandilsonArt.pdf. Acesso em 13 Abr. 2011.

SOUSA, Rafaela Carla Santos de. **“Este livro mudará sua vida”**: Uma análise da persuasão em capas de livros de auto-ajuda. 2009, 132 p. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal da Paraíba, Paraíba.

SPOTORNO, Karla. Elas querem muito mais. In: **Revista Época Negócios**, 03 Out. 2009. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI96689-16363,00-ELAS+QUEREM+MUITO+MAIS.html>. Acesso em 13 de Maio de 2011.

_____. Estudo destaca brasileiras quando o tema é otimismo. In: **Revista Época Negócios**, 07 Out. 2009. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI96590-17453,00-ESTUDO+DESTACA+BRASILEIRAS+QUANDO+O+TEMA+E+OTIMISMO.html>. Acesso em 13 de Maio de 2011.

TEIXEIRA, Jerônimo. A maquiagem interior. In: **Revista Veja**. Edição 1998, nº 9, 07 Mar. 2007. Disponível em http://veja.abril.com.br/070307/p_086.shtml. Acesso em 22 de Março de 2011.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA DOS LIVROS ANALISADOS

ARGOV, Sherry. **Por que os homens se casam com as manipuladoras**: Um guia para deixar um homem aos seus pés. Rio de Janeiro: Ed. Best Seller, 2008.

ARGOV, Sherry. **Por que os homens amam as mulheres poderosas?**: Um guia para você deixar de ser boazinha e se tornar irresistível. Rio de Janeiro: Ed Sextante, 2009.

LIVROS DE AUTO-AJUDA CITADOS

BEHRENDT, Greg; TUCCILLO, Liz. **Ele simplesmente não está a fim de você**. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

BYRNE, Rhonda. **O Segredo**. Tradução de Marcos José da Cunha, Alexandre Martins e Alice Xavier. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

CARNEGIE, Dale. **Como fazer amigos e influenciar pessoas**. São Paulo: Nacional, 2003.

FORLEO, Marie. **Deixe os homens a seus pés**. São Paulo: Universo dos Livros, 2009.

GRAY, Jonh. **Homens são de Marte, mulheres são de Vênus**: um guia prático para melhorar a comunicação e conseguir o que você quer nos relacionamentos. Tradução de Alexandre Jordão. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

LOWNDES, Leil. **Como fazer qualquer pessoa se apaixonar por você**. São Paulo: Editora Record, 2009.

NIVEN, David. **Os 100 segredos das pessoas felizes**. Tradução de Maria Claudia Coelho. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.

PEASE, Allan; PEASE, Bárbara. **Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor?** : Uma visão científica (e bem- humorada) de nossas diferenças. Tradução de Neuza M. Simões Capelo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

SHINYASHIKI, Roberto. **O sucesso é ser feliz**. 122.ed. São Paulo: Gente, 1997

SMILES, Samuel. **Self-Help**; with Illustrations of Conduct and Perseverance. London: John Murray, 1959.

FILMES

Abaixo o Amor (Down with Love). Direção: Peyton Reed. Distribuição: 20th Century Fox Film Coporation, 2003. 1 DVD (94 minutos), cor.

ENTREVISTAS

MCMAHON, Darrin. O paradoxo do imperativo da felicidade. **Contemporânea por Carla Rodrigues**. 29 Jun. 2010. Disponível em:

<http://carlarodrigues.uol.com.br/index.php/1655> . Acesso em 30 Mai. 2011.

APÊNDICE A

Lista de informantes/ Leitoras de autoajuda

A – 20 a 30 anos, está em um relacionamento sério e sonha em se casar. No sexo, costuma agir mais com a emoção. Se considera boazinha e acha difícil ser racional quando está apaixonada. É contra “fazer joguinho”, mas já usou o truque.

Gosta de ler livros de autoajuda para melhorar sua vida afetiva. Acredita que esses livros a fazem ter uma visão mais clara sobre os problemas. Costuma comprá-los quando termina um relacionamento. Já leu de 3 a 5 livros, mas nunca leu nenhum de Sherry Argov.

B – 20 a 30 anos, solteira e sonha em se casar. No sexo, costuma agir com a razão. Se considera boazinha e acha natural ser racional quando está apaixonada. Quanto a “fazer joguinhos” para conquistar um homem, acha que depende da pessoa com quem está lidando.

Costuma ler livros de autoajuda para tentar compreender melhor as situações vividas entre homens e mulheres. Não tem o hábito de comprar os livros, mas pega emprestado da irmã. Já leu 1 ou 2 títulos de autoajuda, incluindo PHAMP.

C – 20 a 30 anos, solteira e sonha em se casar. No sexo, age quase que totalmente guiada pelas emoções. Se considera boazinha e acha bastante difícil ser racional quando está apaixonada. Acredita que os “joguinhos” fazem parte da conquista.

Usa os livros de autoajuda como ferramenta de auto-conhecimento e também para compreender os homens e suas “loucas atitudes”. Costuma comprá-los em crises de fim de namoro ou quando se depara com problemas profissionais. Já leu 1 ou 2 livros do gênero, mas nenhum de Sherry Argov.

D – 20 a 30 anos, em um relacionamento sério e sonha em se casar. Sua decisão sobre ter a primeira vez com um homem costuma ser 100% emocional. Se considera manipuladora, mas acha bastante difícil agir com a razão quando está apaixonada. É contra “joguinhos”, porém já usou o truque.

Compra livros de autoajuda para se sentir mais segura em relação aos homens e acredita que os livros contribuíram para a formação de sua opinião a respeito dos homens. Em geral, procura esses livros quando está “desesperada para arranjar um namorado” ou se o namoro não estiver bom. Já leu 1 ou 2 títulos de autoajuda, nenhum deles de Sherry Argov.

E – 20 a 30 anos, solteira e só se casaria de estivesse muito apaixonada. No sexo, age completamente pela razão, apesar de achar difícil fazê-lo quando está apaixonada. Se considera boazinha. Pensa que os “joguinhos” são necessários para não se mostrar muito carente.

Acredita que os livros ajudam a trabalhar a auto-estima e apenas compra os que são indicadas pelas amigas. Já leu 1 ou 2 livros, incluindo PHAMP, que já recomendou a outras meninas.

F – 20 a 30 anos, “enrolada” e sonha em se casar. No sexo, costuma equilibrar razão e emoção. Se considera boazinha e acha difícil ser racional quando está apaixonada. Quanto aos “joguinhos”, acredita ser necessário para não se mostrar carente ou desesperada.

Se interessa pelos livros de autoajuda por acreditar que eles ajudam a passar pelas inseguranças dos relacionamentos. No entanto, costuma comprá-los quando está solteira. Já leu mais de 10 títulos, mas nenhum de Sherry Argov.

G - 20 a 30 anos, em um relacionamento sério e sonha com casamento. No sexo, tende a agir um pouco mais com a emoção do que com a razão. Se considera boazinha e acha difícil ser racional quando está apaixonada. Para ela, os “joguinhos” são necessários para não passar uma impressão de carência.

Sobre os livros de autoajuda, acha válido ler coisas diferentes, para ter um outro ponto de vista, mas acha que não se deve levar tudo ao pé da letra. Os 2 únicos livros que já leu foram exatamente PHCM e PHAMP, indicados por amigas, quando ela estava namorando.

H – 30 a 40 anos, solteira e sonha em se casar. No sexo, age mais com a emoção. Se considera boazinha e acha difícil ser racional quando está apaixonada. É contra fazer “joguinhos”, mas já fez no passado.

Compra livros do segmento em busca de palavras de força e outros pontos de vista. Se interessa por estes livros pois se identifica com as situações e ansiedades relatadas neles. Acredita que eles a incentivam a resolver seus problemas através do autoconhecimento. Já leu de 3 a 5 livros e tem curiosidade de ler os livros de Sherry Argov.

I – 30 a 40 anos, casada. No sexo, tende a agir mais com a razão, apesar de acreditar ser bastante difícil fazê-lo quando está apaixonada. Se considera manipuladora. Quanto aos joguinhos, acha que é essencial para conseguir o que quer e ser valorizada.

Na autoajuda, gosta de entender as emoções e como lidam as pessoas que desejam obter o que o livro propõe. Costuma aprender bastante e muitas vezes revê a forma de agir, caso se aplique ao seu momento. Já leu mais de 10 livros, incluindo PHCM, que recomendou a uma amiga.

J - 30 a 40 anos, casada. No sexo, costuma equilibrar razão e emoção. Se considera boazinha e não tem dificuldades em ser racional quando está apaixonada. Acredita que os joguinhos devem ser usados às vezes, para não demonstrar desespero.

Apesar de não ler com tanta frequência, acha que os livros de autoajuda podem trazer perspectivas interessantes, além de serem rápidos e leves. Para ela, é uma “leitura inofensiva” que pode contribuir para seu auto-aperfeiçoamento. Já leu de 3 a 5 livros, mas nenhum deles de Sherry Argov.

K- 30 a 40 anos, solteira e não tem o sonho de se casar, mas o faria se estivesse muito apaixonada. No sexo, é extremamente racional. Acha normal agir com a razão em um relacionamento. Se considera manipuladora e é contra os “joguinhos”, apesar de confessar já ter usado o truque.

Não crê que os livros contribuam para a mudança de atitudes, mas são uma forma engraçada de enxergarmos o que somos e o que já fizemos, porém não alteram sua maneira de pensar ou agir. A decisão de compra, para ela, é algo espontâneo e não afetada pelo estado de espírito. Já leu de 3 a 5 livros do tipo e nenhum de Sherry Argov.

L - 20 a 30 anos, solteira e não tem o sonho de se casar, mas o faria se estivesse muito apaixonada. No sexo, costuma a agir quase que totalmente levada pela emoção e acha difícil agir com a razão quando está apaixonada. Se considera boazinha e “faz joguinhos” quando não quer se mostrar carente.

Compra livros de autoajuda com o objetivo de tentar aumentar ou resgatar a auto-estima após alguma decepção. Ela acredita que, ao se ver retratada como idiota nestes livros, tenta agir de forma diferente. Geralmente compra os livros após alguma decepção. Algumas vezes, a própria psicóloga indica. Já leu de 3 a 5 títulos e pretende ler PHAMP, que foi indicado por sua esteticista. Costuma emprestar seus livros.

M – 40 a 50 anos, solteira e só se casaria se estivesse muito apaixonada. Sexualmente, age um pouco mais com a razão do que com a emoção. Se considera boazinha e pensa que é difícil ser racional em uma relação profunda. Não concorda com os “joguinhos”, pois crê que a mulher tem que ser ela mesma, o tempo todo.

Ela diz que comprava os livros quando era “jovem e mais tola”. Hoje em dia, não é fã deste tipo de literatura. Pensa que as pessoas atualmente são muito carentes e a leitura destes livros provoca um sentimento de conforto, pois mostra que outras mulheres passam pela mesma situação. Já leu entre 3 a 5 livros, nenhum de Sherry Argov.

N- 30 a 40 anos, em um relacionamento sério e sonha em se casar. Age muito mais com a emoção do que com a razão na hora de ir pra cama com alguém. Se considera boazinha e pensa que é bastante difícil ser racional quando está apaixonada. Acha normal fazer joguinhos, desde que haja o respeito ao outro (e às outras).

Por ser jornalista, costuma receber vários livros e lê os que mais a interessam. Para ela, mulheres adoram palpite, bem como compartilhar experiências. Livros de autoajuda são, segunda ela, uma maneira leve e divertida de ouvir “conselhos” e se ver retratada em situações

universais do gênero feminino. Diz já ter lido mais de 10 livros do gênero e pretende ler os livros de Sherry em breve, pois lhe foram recomendados.

O – 20 a 30 anos, em um relacionamento sério e sonha em se casar. No sexo, age com a emoção quase que por completo. Apesar de achar difícil ser racional quando está envolvida com um homem, se considera Manipuladora. Não concorda com os “joguinhos”, pois crê que a mulher tem que ser ela mesma, o tempo todo.

Ela compra os livros sempre que lhe parecem proveitosos. Adora livros de autoajuda e acha interessante para aprimorar o conhecimento, refletir e repensar algumas coisas. Diz já ter lido mais de 10, incluindo PHCM e PHAMP. Recomendaria os livros para as amigas, pois eles ajudam a ter mais “malícia”.

P – 30 a 40 anos, solteira e se casaria caso estivesse profundamente apaixonada. Costuma agir um pouco mais com a razão do que com a emoção, quando decide ir pra casa com um homem. Se considera Manipuladora, mas confessa que é bastante difícil ser racional quando está muito apaixonada.

Alega nunca ter comprado um livro, apenas pega emprestado. Não vê nenhuma contribuição relevante nesta literatura, apesar de já ter lido mais de 10 títulos diferentes. Nenhum destes foram de Sherry Argov.

APÊNDICE B**Entrevista com leitoras de livros de auto-ajuda femininos****1- Qual a sua idade?**

- a) Menos de 20
- b) 20 a 30
- c) 30 a 40
- d) 40 a 50

2- Qual sua classe Social, de acordo com sua renda familiar? *Segundo o Critério Brasil 2011 (ABEP)

- a) A1 : Acima de R\$ 11.480,00
- b) A2: Entre R\$ 8.295,00 e R\$ 11.480
- c) B1: Entre R\$ 4.754,00 e R\$ 8.295,00
- d) B2: Entre R\$ 2.656,00 e R\$ 4.754,00
- e) C1: Entre R\$ 1.459,00 e R\$ 2.656,00
- f) C2: Entre R\$ 962,00 e R\$ 1.459,00

3- Qual seu status de Relacionamento?

- a) Solteira
- b) Solteira, namorando
- c) "Enrolada"
- d) Casada
- e) Separada/ Divorciada

4- Por que o interesse em livros de auto-ajuda voltados para mulheres? Em que eles contribuem na sua vida?**5- Em que momento você costuma comprar estes livros?****6- Aproximadamente, quantos livros deste segmento você já leu? Poderia citar alguns nomes?**

- a) 1 ou 2
- b) 3 a 5
- c) 6 a 10
- d) Mais de 10

Nomes:_____

7- Você sonha em se casar?

- a) Sim
- b) Não
- c) Não tenho esse sonho, mas me casaria se estivesse muito apaixonada.
- d) Já fui casada e não pretendo me casar de novo.
- e) Já fui casada e gostaria de me casar novamente.

8- Por que você acha que os homens têm menos interesse em compromisso ou casamento do que as mulheres?**9- Nos relacionamentos, qual sua opinião sobre fazer “joguinho” para conquistar um homem?**

- a) Essencial para conseguirmos o que queremos e sermos valorizadas!
- b) Às vezes é necessário para não se mostrar muito carente e desesperada.
- c) Sou contra, mas confesso que já usei o truque...
- d) Não concordo. A mulher tem que ser ela mesma, o tempo todo.
- e) Outro: _____

10- No geral, como avalia a sua decisão sobre quando ter a primeira relação sexual com um homem? * Considere 1 como sendo uma decisão muito estratégica (bem pensada) e 10 como sendo muito sentimental (guiada pelas emoções)

(Muito Estratégica) 1 – 2 – 3 – 4 – 5 -6 – 7 -8 - 9 - 10 (Muito Sentimental)

11 - Em relação à sua postura perante aos homens, você se considera mais:

- a) Boazinha
- b) Manipuladora

12 - O que é uma mulher “poderosa” pra você?

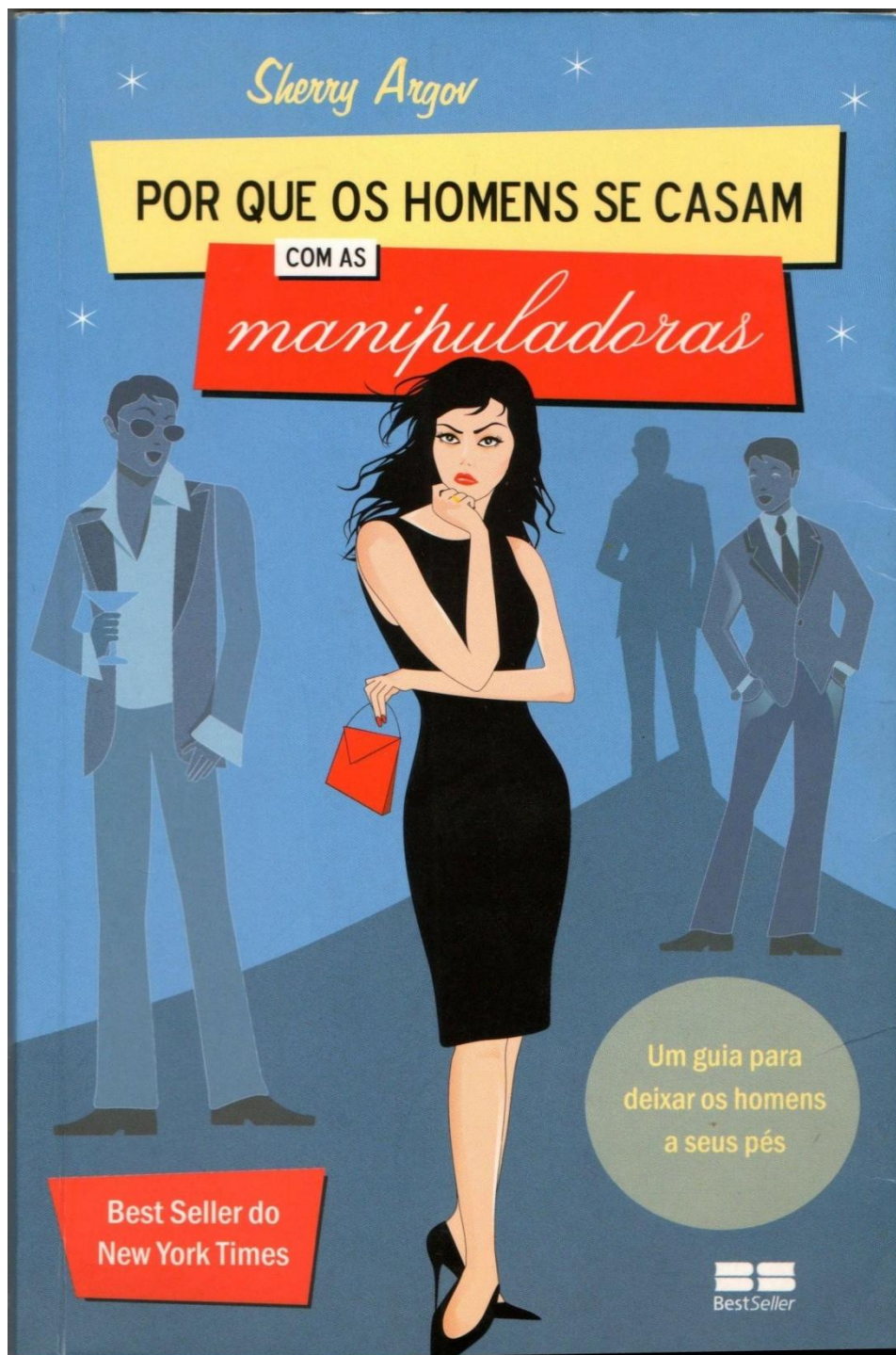
13 - Quando você está apaixonada, quão difícil é agir com a razão?

- a) Impossível
- b) Bastante difícil
- c) Difícil
- d) Normal/ Natural

14 - Você já leu “Por que os homens se casam com as manipuladoras” e/ou “Por que os homens amam as mulheres poderosas”? Recomendaria às suas amigas? Por que?

ANEXO A

Capa – Por que os Homens se casam com as Manipuladoras: Um guia para deixar os homens a seus pés



ANEXO B

Capa – Por que os Homens amam as Mulheres Poderosas: Um guia para você deixar de ser boazinha e se tornar irresistível



ANEXO C

Capa – Por que os Homens amam as Mulheres Poderosas: Um guia para construir um relacionamento feliz



ANEXO D

Capa – (Edição Revista) Por que os Homens amam as Mulheres Poderosas: Um guia para solteiras ou casadas deixarem os homens a seus pés



ANEXO E

Capa – Deixe os homens aos seus pés: Como se tornar uma mulher poderosa e irresistível



ANEXO F

Lista de livros mais vendidos Estado de São Paulo – 18/04/2011

Estado de S. Paulo	
Mais vendidos	
FICÇÃO	NÃO FICÇÃO
1. DIÁRIO DE UM BANANA 4 – DIAS DE CÃO Jeff Kinney Vergara & Riba (Última 4ª/2 semanas)	1. ÁGAPE Padre Marcelo Rossi Globo (Última 1ª/33 semanas)
2. O PEQUENO PRÍNCIPE Antoine de Saint-Exupéry Agir (Última 2ª/23 semanas)	2. DEIXE OS HOMENS AOS SEUS PÉS Marie Forteo Universo dos Livros (Última 2ª/4 semanas)
3. DIÁRIO DE UMA PAIXÃO Nicholas Sparks Novo Conceito (Última 3ª/18 semanas)	3. POR QUE OS HOMENS AMAM AS MULHERES PODEROSAS? Sherry Argov Sextante/GMT (Última 4ª/80 semanas)
4. A CABANA William P. Young Sextante (Última 1ª/136 semanas)	4. 1822 Laurentino Gomes Nova Fronteira (Última 3ª/31 semanas)
5. ÁGUA PARA ELEFANTES – A VIDA É O MAIOR ESPETÁCULO Sara Gruen Sextante (Última 5ª/3 semanas)	5. 50 ANOS A MIL Lobão Nova Fronteira (Última 6ª/49 semanas)
6. QUERIDO JOHN Nicholas Sparks Novo Conceito (Última 6ª/49 semanas)	6. O MONGE E O EXECUTIVO James C. Hunter Sextante (Última 5ª/297 semanas)
7. A ÚLTIMA MÚSICA Nicholas Sparks Novo Conceito (Última -/41 semanas)	7. GUIA POLITICAMENTE INCORRETO DA HISTÓRIA DO BRASIL Leandro Narloch Leya Brasil (Última 8ª/44 semanas)
8. TORMENTA – COL. FALLEN – VOL.2 Lauren Kate Goleira Record (Última 7ª/4 semanas)	8. 1808 Laurentino Gomes Planeta do Brasil (Última 7ª/37 semanas)
9. A BATALHA DO APOCALIPSE – DA QUEDA DOS ANJOS Eduardo Spohr Verus (Última 8ª/29 semanas)	9. COMER, REZAR, AMAR Elizabeth Gilbert Objetiva (Última 9ª/156 semanas)
10. O SEMEADOR DE IDEIAS Augusto Cury Academia de Inteligência (Última 10ª/17 semanas)	10. OS SEGREDOS DA MENTE MILIONÁRIA T. Harv Eker Sextante (Última -/119 semanas)

ANEXO G

